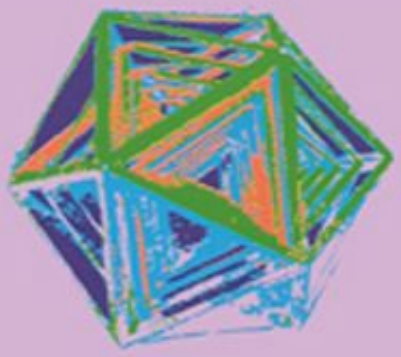

PSICOLOGÍA SOCIAL

PSICOLOGÍA POLÍTICA

JOSÉ MANUEL SABUCEDO CAMESELLE

SINTESIS
PSICOLOGÍA

PSICOLOGÍA POLÍTICA

PROYECTO EDITORIAL
SÍNTESIS PSICOLOGÍA

Director:
Juan Mayor

Áreas de publicación:

PSICOLOGÍA BÁSICA
Coordinador: Juan Mayor

PSICOBIOLOGÍA
Coordinador: Carlos Fernández Frías

METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS DEL COMPORTAMIENTO
Coordinadora: Rosario Martínez

PERSONALIDAD, EVALUACIÓN Y TRATAMIENTO PSICOLÓGICO
Coordinador: José Antonio Carrobles

PSICOLOGÍA EVOLUTIVA Y DE LA EDUCACIÓN
Coordinador: Jesús Beltrán

PSICOLOGÍA SOCIAL
Coordinador: José M.ª Peiró

PSICOLOGÍA Y MUNDO ACTUAL
Coordinador: Juan Mayor

PSICOLOGÍA POLÍTICA

José Manuel Sabucedo Cameselle

Diseño de cubierta: JV Diseño gráfico

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S.A.

© Jose Manuel Sabucedo Cameselle

© EDITORIAL SÍNTESIS, S.A.
Vallehermoso, 34. 28015 Madrid.
Teléfono (91) 593 20 98

ISBN: 978-84-995805-8-6

Impresión: Lavel S. A.

A María.
Que la curiosidad y rebeldía de tu mirada quinceañera descubra una sociedad cada vez mejor.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

PRIMERA PARTE

APROXIMACIÓN CONCEPTUAL E HISTÓRICA

CAPÍTULO 1: PSICOLOGÍA POLÍTICA: ASPECTOS CONCEPTUALES

1.1. Introducción
1.2. La relación entre Psicología y Política
1.3. Definición y objetivos de la Psicología Política
    1.3.1. Psicología Política o Psicología de la Política
    1.3.2. Definiciones de Psicología Política
1.4. La dimensión social de la Psicología Política
1.5. Cuestiones teóricas y metodológicas
1.6. Principales líneas de investigación en Psicología Política

CAPÍTULO 2: CONSIDERACIONES HISTÓRICAS SOBRE LA PSICOLOGÍA POLÍTICA

2.1. Introducción
2.2. Algunos antecedentes intelectuales de la Psicología Política
    2.2.1. Antecedentes remotos de la Psicología Política
    2.2.2. La aparición de las Ciencias Sociales y los antecedentes inmediatos de la Psicología Política
2.3. Institucionalización de la Psicología Política
2.4. La Psicología Política en España y Latinoamérica

SEGUNDA PARTE

PERSONALIDAD Y SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

CAPÍTULO 3: LA PERSONALIDAD AUTORITARIA

3.1. Introducción
3.2. El trabajo del grupo de Berkeley
    3.2.1. Del antisemitismo a La Personalidad Autoritaria
    3.2.2. Críticas a La Personalidad Autoritaria
3.3. Sobre la validez de la escala F y el autoritarismo de izquierda
3.4. Alternativas teóricas a La Personalidad Autoritaria

CAPÍTULO 4: LIDERAZGO POLÍTICO

4.1. Introducción
4.2. Definición de liderazgo
4.3. Modelos teóricos sobre el liderazgo
4.4. Factores intervinientes en el liderazgo
    4.4.1. Características del líder
    4.4.2. Líder y seguidores
    4.4.3. El contexto

CAPÍTULO 5: SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

5.1. Introducción
5.2. Una breve nota histórica
5.3. Marcos generales de la socialización política
5.4. Modelos teóricos de socialización política
5.5. Agentes de socialización

TERCERA PARTE

ACCIÓN POLÍTICA Y MOVIMIENTOS SOCIALES

CAPÍTULO 6: PARTICIPACIÓN POLÍTICA

6.1. Introducción
6.2. Concepto de Participación Política
6.3. Modalidades de participación política

6.4. Incidencia de los distintos modos de participación política

CAPÍTULO 7: PARTICIPACIÓN ELECTORAL Y CONDUCTA DE VOTO

7.1. Introducción
7.2. Determinantes de la participación electoral
    7.2.1. Variables psicosociales
    7.2.2. Variables sociodemográficas y contexto político
7.3. Modelos de conducta de voto

CAPÍTULO 8: MOVIMIENTOS SOCIALES

8.1. Introducción
8.2. Definición de los movimientos sociales
8.3. Marcos teóricos
    8.3.1. Teoría de la movilización de recursos
    8.3.2. Teoría de los nuevos movimientos sociales
    8.3.3. La construcción social de la protesta
    8.3.4. Estructura de oportunidad política

CAPÍTULO 9: TOMA DE DECISIONES Y CONFLICTOS EN POLÍTICA INTERNACIONAL

9.1. Introducción
9.2. Sobre algunos tópicos de investigación y conducta internacional
9.3. Los grupos y la toma de decisiones
    9.3.1. Conformidad, polarización y pensamiento grupal
    9.3.2. Toma de decisiones en política internacional
9.4. La resolución interactiva de conflictos internacionales

CUARTA PARTE

OPINIÓN PÚBLICA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

CAPÍTULO 10: OPINIÓN PÚBLICA

10.1. Introducción
10.2. Una breve referencia histórica

10.3. Concepto y medida de la opinión pública
10.4. Opinión pública y cultura política
10.5. Ideología, actitudes y opinión pública

CAPÍTULO 11: CONDUCTA POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

11.1. Introducción
11.2. Del modelo hipodérmico a los efectos limitados
11.3. Replanteamiento de los efectos de los medios
11.4. La función de establecer la agenda
11.5. Indicadores culturales

CAPÍTULO 12: MARKETING Y PUBLICIDAD POLÍTICA

12.1. Introducción
12.2. Definición de marketing político
12.3. Investigación del mercado político
12.4. Publicidad política

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

Al igual que otras disciplinas de las ciencias sociales, la Psicología Política tiene una corta historia pero un largo pasado. Efectivamente, la existencia de un ámbito de conocimiento científico y académico con esa denominación es reciente; sin embargo los estudios que analizan las relaciones entre los fenómenos psicológicos y políticos cuentan con una amplia tradición en el pensamiento social.

En la década de los 70 se toma conciencia de la necesidad de formalizar en una nueva disciplina la enorme variedad de trabajos que relacionan distintos procesos psicológicos con diferentes temáticas políticas. A partir de ese momento, la Psicología Política ha ido cobrando una presencia institucional y un reconocimiento académico cada vez mayor.

A pesar de los indudables problemas que pueden surgir en cualquier proyecto de colaboración interdisciplinar, la Psicología Política nació con una clara vocación de integrar y convocar a investigadores, académicos y profesionales, procedentes de muy diversas áreas de conocimiento. Esos diferentes orígenes académicos garantizan la pluralidad de enfoques, perspectivas y sensibilidades necesarias para abordar cuestiones tan relevantes y de tanta trascendencia social como de las que se ocupa la Psicología Política.

Un análisis de los contenidos de los congresos de la Sociedad Internacional de Psicología Política o de las revistas y manuales de esta disciplina, refleja de modo inmediato y harto elocuente la enorme variedad de problemáticas que en ella se tratan. Liderazgo, socialización política, actitudes socio-políticas, autoritarismo, participación y acción política, comunicación política, conflicto y relaciones internacionales, ideología, etc., configuran algunos de los temas más estudiados por la Psicología Política.

El listado de temas que son susceptibles de ser tratados por la Psicología Política es, pues, muy amplio. Además, continuamente se van incorporando tópicos de investigación que responden a los nuevos problemas y desafíos socio-políticos a los que se enfrentan nuestras sociedades en este conflictivo y atormentado final de milenio.

La amplitud de cuestiones que se analizan en esta nueva disciplina, imposibilita que un manual, sea de las características que sea, pueda dar cuenta de todas y cada una de ellas. Por tal motivo, es preciso recurrir a algún criterio que nos permita seleccionar el material más idóneo para la audiencia a la que va dirigido. Nuestro objetivo, en este caso, fue doble. Por una parte, informar a los estudiantes de la licenciatura de Psicología, principales destinatarios de esta obra, de los temas más característicos y definitorios de la Psicología Política; por otra, tratar aquellas problemáticas que en nuestro contexto puedan tener una mayor relevancia.

Con esa finalidad en mente, se organizaron cuatro bloques temáticos: Aproximación conceptual e histórica, Personalidad y socialización política, Acción Política y movimientos sociales y Opinión Pública y Comunicación Política.

Toda actividad científica surge en un contexto determinado y maneja, implícita o explícitamente, una serie de supuestos sobre su objeto de estudio. La referencia a las dimensiones conceptuales e históricas de la Psicología Política, nos permite poner de manifiesto diversas líneas de pensamiento y acontecimientos que culminaron con la institucionalización académica de esta disciplina. Al mismo tiempo, esa revisión histórica y conceptual muestra, de forma clara, las diversas orientaciones y perspectivas en la construcción de la Psicología Política.

El segundo bloque temático está dedicado a dos cuestiones de gran tradición en Psicología Política: la personalidad y la socialización política. Los tres temas que se incluyen en este bloque: autoritarismo, liderazgo y socialización política, tratan de brindar un panorama general sobre esos importantes problemas. El resurgimiento de grupos políticos que tienen como bandera la intolerancia, la discriminación y la violencia contra los exogrupos, ha vuelto, lamentablemente, a poner de moda los estudios sobre el autoritarismo. Por otra parte, como es bien conocido, las acciones de los grupos políticos y el mantenimiento de los diferentes discursos están estrechamente vinculados a la figura de los líderes. Por esta razón, el estudio de las características psicológicas de esos personajes y del tipo de relaciones que establecen con los seguidores, es uno de los ámbitos de investigación clásicos en Psicología Política. El tercer tema de este bloque, intenta poner de manifiesto la relevancia de las experiencias personales y la influencia de los distintos agentes de socialización en la configuración de las actitudes y creencias políticas.

La acción política y los movimientos sociales constituye el objeto central del tercer bloque temático. La participación de los ciudadanos en la toma de decisiones políticas, constituye uno de los rasgos definitorios del sistema democrático. La baja participación en muchas consultas electorales llevó a los psicólogos políticos a preguntarse por las razones de la participación y/o abstención electoral. Pero la participación política no se limita a la participación electoral. Cada vez con mayor frecuencia los sujetos recurren a modos alternativos de acción y a formas organizativas al margen de los partidos. Junto a las problemáticas anteriores, hemos incluido un tema dedicado al análisis de los factores psicológicos intervinientes en los procesos de toma de decisiones y resolución de conflictos en política internacional.

La última parte del libro aborda la cuestión de la opinión pública y comunicación política. Sin lugar a dudas la aparición de los grandes medios de comunicación de masas, especialmente la televisión, provocó un cambio sustancial en la forma de hacer política. Al mismo tiempo, la existencia de esos medios nos lleva inevitablemente a plantear qué tipo de influencia ejercen sobre las actitudes, posicionamientos políticos y representaciones sociales de la audiencia.

Pese a que este libro, por las razones apuntadas anteriormente, no puede cubrir todos y cada uno de los temas de los que se ocupa la Psicología Política, creemos que la

selección de problemáticas que en él se incluye es lo suficientemente amplia y diversa como para mostrar las principales áreas de investigación de esta disciplina.

Finalmente, sólo nos resta desear que la lectura de esta obra y de otras también realizadas por autores españoles, despierte el interés de los posibles lectores por el análisis de las relaciones entre los fenómenos políticos y psicológicos.

PRIMERA PARTE

APROXIMACIÓN CONCEPTUAL E HISTÓRICA

CAPÍTULO 1

PSICOLOGÍA POLÍTICA: ASPECTOS CONCEPTUALES

1.1. Introducción

En los últimos años estamos asistiendo a la consolidación de la Psicología Política como disciplina académica. Hechos como la creación de la Sociedad Internacional de Psicología Política, la publicación de manuales y revistas sobre esta materia, la incorporación de esta disciplina en los nuevos planes de estudio, etc., muestran el creciente interés de la comunidad científica internacional por estas cuestiones. Posiblemente, la cada vez mayor relevancia y atractivo de este ámbito de trabajo académico reside en su capacidad de explicar aspectos de tanta trascendencia e interés social como es la influencia de los factores psicológicos en la conducta política y el efecto de los sistemas políticos en los procesos psicológicos.

Pese a que el reconocimiento institucional de la Psicología Política es bastante reciente, lo cierto es que muchos de los temas que se abordan en esta disciplina vienen siendo tratados desde hace largo tiempo por los científicos sociales. Los estudios de Le Bon sobre las masas, los de Lewin sobre el liderazgo, los de Adorno sobre el autoritarismo, etc., muestran que la Psicología Política tiene un largo y brillante pasado. En este mismo sentido, es conveniente recordar que ya en 1924 Floyd Allport ocupaba en la Universidad de Syracuse una cátedra denominada Psicología Social y Política.

Al igual que ocurre con cualquier otra disciplina, la Psicología Política no permanece al margen de las tensiones que inevitablemente se producen respecto a su definición y objetivos. Una vez que surge una nueva área de conocimiento, se producen también debates respecto a cuáles deben ser sus líneas básicas de análisis. Las diversas definiciones que se plantean, los temas que se sugieren, etc., intentan marcar el desarrollo futuro de esa disciplina. Es por esta razón por la que revisten tanta importancia las cuestiones conceptuales.

1.2. La relación entre Psicología y Política

Dado el objeto de estudio de la Psicología debieran existir pocas dudas respecto a la importancia que el conocimiento generado en esta disciplina tiene para el análisis y comprensión de los fenómenos políticos. De hecho, destacados autores de la ciencia política, como Merriam o Lipman, demandaban ya en los primeros años de este siglo una mayor relación entre ambos ámbitos de conocimiento. Sin embargo, pese a esas llamadas a la colaboración interdisciplinar, lo cierto es que la institucionalización de una disciplina que sirviese de encuentro a formulaciones procedentes de esos campos de conocimiento tardó en fraguar, y es un proyecto que no está exento de dificultades.

Posiblemente el obstáculo fundamental para que se realice una Psicología Política auténticamente interdisciplinar, sea precisamente ese carácter distintivo que se le quiere dar. Nos explicamos. Todos estaremos de acuerdo, porque lo hemos oído o incluso dicho en innumerables ocasiones, en las ventajas y bondades que supone el trabajo interdisciplinar. Sin embargo, cuando algún proyecto de esta naturaleza intenta echarse a andar, inmediatamente surgen las dificultades. Pero esto no es nada nuevo. Si analizamos la historia de la Psicología Social nos encontramos con proyectos entusiastas desarrollados en los años 60 que intentaban integrar la Psicología Social con las otras ciencias sociales. Esos programas, que empezaron con un enorme empuje, tuvieron que ser abandonados poco tiempo después. Las personas que participaron en aquellas iniciativas atribuyen ese fracaso a la rígida estructura departamental existente y a los modestos avances producidos en el campo de la teoría.

Junto a las dificultades anteriores, que serían comunes a cualquier proyecto interdisciplinar, también es preciso citar los recelos y problemas que puedan existir entre las disciplinas implicadas. En este sentido, y pese a la postura de destacadas figuras de la ciencia política, algunos autores siguen cuestionando la utilidad de muchas formulaciones psicológicas. En lugar de recurrir a la ciencia psicológica, optan por asumir el modelo económico de funcionamiento para explicar la conducta de los sujetos. De esta manera, la Psicología únicamente sería considerada en aquellos casos en que el comportamiento se desvía de lo que lógicamente cabría esperar. Pero también una parte de la Psicología se muestra recelosa de las contribuciones de la ciencia política. En este caso, el problema suele proceder del tipo de análisis y metodología utilizada por ésta última.

Los obstáculos de una disciplina que pretende ser interdisciplinar son, pues, numerosos. Afortunadamente, los investigadores de la Psicología Política se han dotado de foros de encuentro y debate que permiten ir construyendo, no sin dificultades, nexos de unión cada vez más importantes entre la Psicología, la ciencia política y otras disciplinas interesadas en el estudio de los fenómenos políticos. Las razones para insistir en ese empeño, las señaló de modo muy claro Greenstein (1973):

a) Existen conexiones complejas y, por lo general, indirectas entre los fenómenos psicológicos y los procesos políticos.
b) La condición básica para poder estudiarlas es la creación de una psicología política.
c) Ello permitirá explicar con detalle las interacciones que se producen entre los

fenómenos políticos y psicológicos.

d) De esa manera se podrá superar la brecha actualmente existente entre la ciencia política, que es psicológicamente ingenua, y la Psicología, que se muestra poco capaz de considerar las sutilezas de la realidad política.

1.3. Definición y objetivos de la Psicología Política

Como señalamos en el apartado anterior, la definición de una disciplina no es una cuestión baladí. A través de ella los diferentes autores y grupos de investigación muestran su posicionamiento sobre esa materia y definen su programa de trabajo e investigación. En las páginas que siguen aludiremos a esta problemática mostrando las diferentes sensibilidades que en este momento existen en la Psicología Política y pondremos de manifiesto las consecuencias que de cada una de ellas se derivan.

1.3.1. Psicología Política o Psicología de la Política

Billig (1986) se refiere a la distinción semántica que existe entre Psicología Política y Psicología de la Política. Si hablamos de Psicología Política, nos encontraríamos con una materia que asume que la Política no es algo completamente ajeno y al margen de la Psicología, que la propia Psicología contiene teorías políticas. Si, en cambio, nos referimos a una Psicología de la Política, estamos ante un planteamiento totalmente diferente. En este último caso, la Psicología y la Política serían dos entidades absolutamente diferenciadas. La finalidad de esa disciplina, la Psicología de la Política, consistiría en la aplicación del conocimiento psicológico al estudio de los fenómenos políticos. Ese conocimiento psicológico estaría generado desde instancias científicas que se consideran axiológicamente asépticas y neutras.

El trabajo de Eysenck o el planteamiento de Greenstein (1973), serían representativos de lo que Billig denomina Psicología de la Política. En ambos casos, el corpus de conocimiento de la Psicología, que se presume objetivo y libre de valores, se aplica al análisis de distintos fenómenos políticos. Como ejemplo de Psicología Política, tenemos el monumental trabajo de Adorno y el grupo de la Universidad de Berkeley sobre la personalidad autoritaria.

En los últimos años la Psicología Política parece haber abandonado, al menos en parte, el nivel de análisis que le es propio, para ir asumiendo los dictados de una Psicología de la Política. Esto supone un cambio de serias y profundas consecuencias. Al margen de otros aspectos que veremos posteriormente, y que también se comentarán en diferentes capítulos de este libro, en este momento merece destacarse que esa opción conduce a una psicologización de los fenómenos políticos. Efectivamente, en diversos trabajos asistimos a una sustitución de las dimensiones políticas por conceptos y variables psicológicas que se plantean como universales y que aparecen totalmente descontextualizadas respecto a las circunstancias históricas y políticas.

La distinción que establecía Billig entre Psicología Política y Psicología de la Política incide, pues, en el hecho de que hay dos formas o estilos de aproximarse a esta disciplina. Ambas concepciones implican consecuencias muy diferentes para el tipo de investigación y de compromiso social que asuma la Psicología Política. En los siguientes apartados de este capítulo profundizaremos en este problema.

1.3.2. Definiciones de Psicología Política

En el capítulo dedicado a la historia de la Psicología Política, mencionaremos el papel tan importante que se le atribuye al trabajo de Lasswell. De hecho, para los autores estadounidenses, Lasswell es el padre fundador de esta disciplina. Dejando al lado las cuestiones de paternidad, muy comprometidas en el campo científico, debemos reconocer la notable influencia de ese autor en la construcción de la Psicología Política. En una de sus afirmaciones más conocidas Lasswell señala: "el hombre político es el producto de motivos privados, desplazados sobre un objeto público y racionalizado en términos de interés público" (1930, p. 75-76). Ese planteamiento refleja de modo claro lo que Lasswell buscaba en esta disciplina: las claves psicológicas-individuales para la comprensión de la conducta política. De esta manera, su aproximación a la disciplina iría en la línea de lo que Billig denominaba una Psicología de la Política. Por si todavía hubiese alguna duda al respecto, Deutsch (1983) lo deja claro al afirmar que la perspectiva de Lasswell:

> "conduce a una Psicología Política que se centra principalmente en los procesos psicológicos individuales y sociales -tales como motivación, conflicto, percepción, cognición, aprendizaje, socialización, génesis de las actitudes y dinámicas de grupo-, y en la personalidad y psicopatología del individuo como factores causales que influyen en el comportamiento político" (p. 239-240).

Si el trabajo de Lasswell es considerado, por la Psicología Política estadounidense, como pionero en esta disciplina, no debe extrañarnos que desde ese país se hayan planteado definiciones de Psicología Política con un marcado sesgo individualista.

A la hora de tratar el tema de las definiciones de la Psicología Política, Seoane (1988) alude fundamentalmente al trabajo de dos figuras importantes en esta área de trabajo: Stone y Hermann. En el caso de Stone, Seoane constata una evolución entre su trabajo de 1974 y el de 1981. En primer lugar, se observa un cambio terminológico, la Psicología de la Política de 1974 se transforma en Psicología Política en 1981. En segundo lugar, su marcado individualismo de 1974, deja paso a una tímida consideración de los efectos psicológicos de los acontecimientos y sistemas políticos. Como fruto de esta última perspectiva, Stone define la Psicología Política como el estudio de la contribución de los procesos psicológicos a la conducta política y de los efectos psicológicos de los sistemas y acontecimientos políticos.

En una línea muy similar a la de Stone, Hermann también entiende la Psicología

Política como una interacción entre procesos psicológicos y fenómenos políticos. Pero en ambos casos, la referencia a esa interacción no supone el abandono del enfoque psicológico-individual. Deutsch (1983) también se muestra partidario de una definición similar a la anterior, cuando señala que:

> "la Psicología Política tiene por objeto el estudio de la interacción de los procesos políticos y psicológicos, o sea que comporta una interacción bidireccional. Así como las aptitudes cognoscitivas limitan y afectan la naturaleza del proceso de toma de decisiones políticas, así también la estructura y el proceso de la toma de decisiones políticas afectan las aptitudes cognoscitivas. De esta manera, los niños de cinco años y los adultos, por efecto en parte de sus diferencias cognoscitivas, se formarán ideas bien distintas de las estructuras y de los procesos políticos; de igual modo, determinados tipos de estructuras y procesos políticos favorecerán el desarrollo de ciertas características en los adultos (inteligencia, autonomía, reflexión, acción), en tanto que otros fomentarán el desarrollo de aptitudes cognoscitivas semejantes a las de un niño sumiso (inmadurez, pasividad, dependencia, ausencia de espíritu crítico)" (p. 240).

Hemos tomado esta larga cita de Deutsch para mostrar el auténtico alcance de la interacción propuesto por esos autores a la hora de definir a la Psicología Política. Como pudo observarse, los efectos de los fenómenos políticos sobre los procesos psicológicos se siguen analizando a nivel individual.

Pero al margen del tipo de análisis psicológico que se defienda en las distintas definiciones sobre la Psicología Política, es necesario aclarar qué se-entiende por conducta política. ¿Cuáles son los fenómenos que interesan y de los que se preocupa la Psicología Política? A esta cuestión se puede simplemente responder, como hace Hermann (1986a), mencionando un listado de temas clásicos en Psicología Política: conducta de voto, socialización política, estudios sobre autoritarismo, etc. Pero creemos que esa no es la clase de respuesta adecuada al planteamiento anterior. No se trata de decir qué es lo que se viene haciendo en este ámbito de estudio, sino de ir más allá y explorar todas las posibilidades que existen en la disciplina.

En su análisis del objeto de la Psicología Política, Martín Baró (1991) señala que existen tres formas posibles de entender el comportamiento político:

1) En primer lugar, comportamiento político es todo aquel que se realiza dentro del Estado. Los protagonistas de ese comportamiento pueden ser las instancias estatales o sus representantes, o bien los ciudadanos en cuanto se relacionan con aquellas. Como puede observarse, esta es una concepción institucionalista de la política.
2) Otra posible forma de entender la política, toma como eje definitorio uno de los aspectos fundamentales de la vida social, el poder. De esta manera, conducta política sería aquella en la que interviniese alguna forma de poder. Asumiendo que el poder es consustancial a la vida política y social en general, resulta, precisamente por ello, poco clarificador para utilizarlo como elemento diferenciador entre el comportamiento político y el que no lo es. Martín Baró había señalado sobre esto, lo siguiente: "… todo comportamiento interpersonal

o intergrupal supone algún grado de poder, por mínimo que sea y, por consiguiente, sería político. Pero si todo comportamiento es político, el objeto de la Psicología Política se vuelve excesivamente amplio y aun vago, y en la práctica casi puede identificarse con el objeto de la Psicología en general" (p. 41).

3) Finalmente, otra posibilidad de entender un comportamiento como político es a partir de la relación e impacto que produce en un orden social. Para Martín Baró sólo aquellos comportamientos que tuviesen algún efecto significativo sobre el sistema social, ya fuese para mantenerlo o cambiarlo, serían considerados políticos.

La vinculación que establece Martín Baró entre comportamiento político y orden social es interesante. Sin embargo, resulta problemático afirmar que para ser considerado comportamiento político una conducta debe tener incidencia en el sistema social. Existen muchas acciones que fracasan en su intento de influir en el orden social, y no por ello dejan de ser políticas. Por tanto, lo que resultaría decisivo no sería tanto el hecho de incidir en el sistema como la intención de hacerlo.

Si a las diferentes lecturas de lo psicológico, añadimos ahora las diferentes posibilidades que existen de entender lo político, nos encontraremos con que bajo el mismo rótulo de Psicología Política caben maneras muy diferentes de entender esta disciplina. En efecto, como hemos visto anteriormente, para algunos autores consistiría en la aplicación del conocimiento psicológico al estudio de la conducta política más institucional, mientras que para otros tendría un objeto de estudio y un nivel de análisis propio. Desde esta segunda opción, y asumiendo una orientación más social del conocimiento humano y una concepción no institucionalista de la política, podríamos señalar que la Psicología Política consiste en el estudio de las creencias, representaciones o sentido común que los ciudadanos tienen sobre la política, y los comportamientos de éstos que, ya por acción u omisión, traten de incidir o contribuyan al mantenimiento o cambio de un determinado orden socio-político. Con esta aproximación a la Psicología Política no se trata de eliminar la referencia a la conducta política institucional (partidos, gobierno, conducta de voto), sino de ampliar su significado para dar cabida a otros importantes fenómenos de la vida política.

1.4. La dimensión social de la Psicología Política

Como se dejó entrever cuando se comentó la polémica entre Psicología Política y Psicología de la Política, uno de los temas de discusión que en ocasiones surge en el seno de la Psicología Política, es el grado de compromiso o implicación de los científicos sociales con la realidad socio-política en la que viven. Para algunos autores, esta disciplina, al igual que el conjunto de la ciencia, debe optar por una postura de neutralidad y asepsia a la hora de enfrentarse al estudio de los problemas sociales. Desde

esta postura, la ciencia se entiende como la construcción de un conocimiento objetivo y libre de consideraciones axiológicas. Este es un supuesto absolutamente falso. El planteamiento de una ciencia neutral surgió en un momento histórico muy determinado y con un objetivo muy claro: proteger al conocimiento generado en este ámbito de las críticas procedentes del poder. Si el principio de neutralidad axiológica del trabajo científico está, por tanto, sometido a cuestionamiento, es de interés analizar cuáles son las consecuencias de ciertos planteamientos y formulaciones teóricas.

Una tendencia muy presente en la Psicología Social y Política es explicar los comportamientos en función de determinados procesos psicológicos que se plantean como universales. Desde una perspectiva ideológica, la referencia a dimensiones universales y naturales para explicar el comportamiento político, supone marginar las condiciones históricas y socio-culturales en las que esos fenómenos políticos tienen lugar. Ello introduce, además, un aspecto de fatalismo y de impotencia respecto a la posibilidad de cambio social. La aproximación cognitiva al tema del prejuicio, ilustra perfectamente esta dinámica. Desde el momento en que la categorización se plantea como un proceso cognitivo normal y responsable de los estereotipos, se está afirmando que el prejuicio y las conductas de discriminación son inevitables. Para los autores que se mueven en esta corriente, la existencia de estereotipos supone un *"depressing dilemma"*, ya que si bien son categorizaciones funcionales (ayudan a reducir la complejidad del mundo que nos rodea), también tienen consecuencias indeseables como los prejuicios. El discurso de la autodenominada nueva derecha, rótulo bajo el que se encuadran las viejas ideas fascistas, utiliza este tipo de planteamientos, señalando que el etnocentrismo es una tendencia humana natural.

La forma de presentar los resultados de una investigación, pese a que pueda parecer irrelevante, también tiene implicaciones ideológicas. Una vez que los resultados de una investigación se hacen públicos adquieren una dimensión normativa y justificadora de la situación en la que se encuentran ciertos grupos, colectivos y comunidades. En este sentido, no debemos olvidar que determinados trabajos presentan resultados que conducen a responsabilizar a las propias víctimas de la situación en la que se encuentran. Esos resultados, pues, contribuyen a generar un discurso en el que el único responsable es el sujeto, estando completamente ausente cualquier posible referencia a otras instancias políticas o sociales. Dado que la responsabilidad y/o culpabilidad es individual, no tendrá ningún tipo de sentido la realización de acciones políticas dirigidas a cambiar las condiciones sociales adversas.

Como comentamos en el apartado dedicado a las definiciones, el nivel de análisis que se emplea para abordar el estudio de los fenómenos políticos, determina la clase de respuesta o la estrategia de intervención a utilizar ante los mismos. Kelman (1979), una de las personalidades más destacadas de la Psicología Política, expresa de forma clara esta cuestión. Kelman señala:

> "si definimos el problema como un problema psicológico propio de un determinado grupo de personas, entonces lo más probable es desarrollar políticas que incluyan estrategias de cambio de esas personas, y no políticas que modifiquen la estructura social que posibilita la existencia de esos

problemas" (p. 102).

De nuevo, nos encontramos con que problemas que pueden tener una clara dimensión social y política son traducidos a un lenguaje de desajustes personales.

Lo anterior, es una muestra de cómo planteamientos científicos teóricamente asépticos tienen indudables consecuencias socio-políticas. Una parte de la Psicología Social y de la Psicología Política son plenamente conscientes de ese hecho y adoptan una postura de claro compromiso con las opciones de cambio y progreso social. Kurt Lewin, una de las figuras más relevantes de la Psicología Social, defendió en sus estudios sobre los grupos, el liderazgo democrático frente al autoritario, y en el ámbito de la psicología industrial, y contra la filosofía taylorista dominante en su época, reclamó una mayor participación de los trabajadores en la organización de las empresas. La creación en su momento de la Society for the Psychological Study of Social Issues, o el propio trabajo de Adorno, son otros ejemplos de la sensibilidad política de un sector importante de las ciencias sociales.

Dado que la pretendida imparcialidad científica no sólo es imposible sino que en muchas ocasiones puede resultar éticamente condenable, la Psicología Política, al igual que el conjunto de las ciencias sociales, debe comprometerse, tal y como enunciaron ilustres psicólogos, con el logro de una sociedad mejor y más justa. La expresión de esos valores no debe suponer, como la historia de la ciencia lo demuestra, ninguna merma en el rigor y en el espíritu crítico con el que los científicos desarrollan sus investigaciones.

1.5. Cuestiones teóricas y metodológicas

Al ser un ámbito científico con una vocación claramente interdisciplinar, la Psicología Política se define mejor por su pluralidad que por su uniformidad teórica y metodológica. Efectivamente, en el seno de esta disciplina conviven formulaciones teóricas muy distintas: desde el psicoanálisis al cognitivismo. Este amplio repertorio de aproximaciones teóricas viene justificado no sólo por la distinta procedencia académica de los autores que trabajan en esta área, sino también por una actitud abierta ante las posibles contribuciones que se puedan realizar desde esas ópticas teóricas tan diversas. En el libro de Knutson de 1973, una de las publicaciones que sirvieron para ir conformando esta disciplina, Davies tiene un capítulo donde analiza el pasado y el futuro de la Psicología Política, y en el que se defiende de modo claro esa tolerancia teórica. Para Davies las distintas aproximaciones teóricas resultan importantes en diferentes niveles de estudio del sujeto humano: las teorías psicoanalíticas y de las necesidades humanas, desde la perspectiva del organismo humano; las teorías E-R, la del desarrollo y las situacionistas, desde la perspectiva directa del ambiente; y las teorías más sociológicas en cuanto que señalan influencias menos directas, pero también importantes sobre la conducta.

Posiblemente esta pluralidad teórica pueda ser merecedora de alguna crítica desde posiciones científicas más fundamentalistas, pero lo cierto es que dado el carácter de la

disciplina resulta totalmente inevitable que esto sea así. Pero al margen de que difícilmente pudiera existir una mayor uniformidad teórica, es cuestionable que ello fuese preferible a la situación actual. En ocasiones, la existencia de una opción dominante supone que existen otras formas de contemplar la realidad que resultan excluidas o marginadas. Por otra parte, la presencia de esas distintas formulaciones permite el debate y la crítica, aspectos fundamentales de la actividad científica.

Lo que ocurre en el campo de la teoría es aplicable a la metodología. Aquí nos encontramos con un amplio repertorio de técnicas de recogida de información y de comprobación de hipótesis. La variedad de tópicos que se tratan en esta disciplina (autoritarismo, movimientos sociales, influencia de los mass-media, comportamiento de los líderes, relaciones internacionales, etc.), conducen de forma obligada a la búsqueda de los procedimientos más idóneos para el estudio de esos fenómenos. Así, podemos encontrarnos con el uso de material proyectivo, encuestas, psicobiografías, estudios experimentales, análisis de discursos, etc. Lo prioritario es el objeto que se estudia, no la forma de abordarlo. Esta diversidad de procedimientos para estudiar los fenómenos políticos no constituye, además, algo excepcional en este tipo de investigaciones. En una de las obras claves de las ciencias sociales, *La Personalidad Autoritaria*, Adorno y el grupo de la Universidad de Berkeley, recurrieron a la utilización combinada de pruebas proyectivas y análisis psicométricos.

La Psicología Política, pues, es más una colección de diversas teorías y procedimientos de investigación que un cuerpo coherente y sistematizado de formulaciones teóricas y estrategias metodológicas. Esto es resultado de la variedad de ámbitos de conocimiento, temáticas de estudio, sensibilidades, etc., que conviven en su seno. Más que un inconveniente, esa pluralidad es científicamente necesaria y enriquecedora.

1.6. Principales líneas de investigación en Psicología Política

Una somera revisión de los temas tratados en los distintos congresos de la Sociedad Internacional de Psicología Política y en los manuales de esta disciplina, muestra que las problemáticas analizadas son realmente amplias. A modo simplemente de ejemplo, comentar que en el Congreso que esta Sociedad realizó en 1994 en la Universidad de Santiago de Compostela se trataron, entre otras, las siguientes cuestiones: relaciones interraciales, toma de decisiones en política internacional, procesos sociocognitivos en la construcción de los fenómenos políticos, identidad y socialización, resolución de conflictos políticos, desafíos y cambios en la sociedad contemporánea, personalidad y liderazgo político, autoritarismo y xenofobia, comunicación política, etc. Junto a ello, también se analizaron situaciones y fenómenos políticos centrados en contextos geográficos muy determinados: la transición en Rusia, el conflicto Cuba-Estados Unidos, la transición a la democracia en Europa del Este, los problemas de la democracia en América Latina, etc. Como puede observarse son numerosos los ámbitos de estudio e intervención de la Psicología Política. Ello no resulta extraño, como ya hemos

mencionado con anterioridad, teniendo en cuenta el objeto de estudio de esta disciplina y la procedencia académica tan dispar de los investigadores que en ella trabajan.

Por lo anterior, es difícil establecer un listado cerrado y definitivo de temas de los que se ocupa este ámbito de conocimiento. Es difícil no sólo porque, como se ha visto, esa relación es muy extensa, sino también porque continuamente se van incorporando a ella nuevas cuestiones y problemas de interés. Además, la simple enumeración de las áreas de trabajo de los psicólogos políticos puede resultar, dada su variedad, poco clarificadora. Por tal motivo, es conveniente tratar de identificar cuáles son las grandes líneas de investigación de la Psicología Política. Para ello recurriremos al trabajo realizado por Deutsch. Este autor examinó los contenidos de diversos congresos de la Sociedad Internacional de Psicología Política (ISPP), de la revista que ésta edita (Political Psychology), así como diversos manuales de la disciplina. En su análisis apunta una serie de temas claves alrededor de los cuáles se articula, desde su perspectiva, esta disciplina. Esos temas son los siguientes:

— *El individuo como actor político*. En esta categoría se incluirían una serie de problemáticas que tienen como denominador común interesarse por los determinantes y consecuencias del comportamiento político individual. Algunas de las cuestiones que se recogerían en este epígrafe serían: socialización política, participación política, comportamiento electoral, influencia de los medios de comunicación, etc.
— *Movimientos políticos*. En este caso la unidad de análisis ya no es el individuo sino el grupo. El tipo de organización al que se alude en este grupo no es la formal e institucional, sino que se refiere fundamentalmente a aquellas asociaciones de individuos que interactúan para promover, controlar o evitar cambios en el medio social y cultural. La crisis de confianza en los partidos políticos y en las instituciones, y el mayor nivel de información y competencia política de los sujetos, está dando lugar a que cada vez sean más los sectores de la población que se organizan para incidir en la solución de problemas puntuales. Es en este contexto donde aparecen los nuevos movimientos sociales, preocupados por temas como la ecología, el desarme, la situación de la mujer en la sociedad, etc.
— El *político o el líder*. La figura y el papel de los líderes y responsables políticos merece, para Deutsch, una categoría diferenciada. Ciertamente, la Psicología Política, al igual que otras áreas de la Psicología, ha mostrado un gran interés en conocer las personalidades, el estilo y los rasgos más característicos de los hombres y mujeres que desempeñan cargos de responsabilidad en la vida política. En este epígrafe se incluyen, pues, estudios sobre líderes y liderazgo político, sobre la personalidad de los hombres y mujeres políticos, la psicobiografía y la psicohistoria.
— *Coaliciones y estructuras políticas*. La diferencia de esta categoría con la segunda mencionada por Deutsch, radica en que en este último caso las

asociaciones y agrupaciones están referidas a los políticos. El interés se centraría fundamentalmente en las estructuras e interacciones sociométricas que ocurren entre esos actores en un contexto político determinado. Junto a ello, se trataría de conocer los procesos psicopolíticos que están actuando en la formación de esos grupos y los nexos de unión entre los líderes y seguidores.

— *Relaciones entre grupos políticos*. El objeto de análisis sería, en esta ocasión, las unidades políticas y no los sujetos individuales. Estas unidades políticas pueden ser naciones, organizaciones internacionales, etc. Sin lugar a dudas, una de las áreas más interesantes, y que más atención ha provocado en los psicólogos políticos, es la del conflicto internacional. La Psicología Política aporta, en este tema, una visión propia y diferenciada a la de otras disciplinas que también tienen competencias en estas cuestiones. La contribución de la Psicología Política en este terreno tiene una amplia tradición. White, en la década de los 60, señaló la existencia de una serie de distorsiones perceptivas y estilos cognitivos que favorecen la aparición de conflictos y dificultan su solución; por esa misma época Osgood elaboró una estrategia, el modelo GRIT, para la reducción recíproca y graduada de la tensión. Más recientemente, autores como Deutsch y Kelman han realizado contribuciones de interés para el estudio del conflicto entre diversos grupos y países.

— *Los procesos políticos*. Así como las categorías anteriores estaban centradas en el estudio de los fenómenos políticos, otra serie de trabajos tienen como finalidad analizar los procesos individuales y colectivos implícitos en el comportamiento de las entidades políticas, que lo afectan y que son por él afectados. Este es el caso de temas como percepción y cognición, toma de decisiones, persuasión, aprendizaje, etc.

— *Estudios monográficos*. Con esta categoría, Deutsch quiere hacer hincapié en un hecho significativo en la agenda de intereses de la Psicología Política: la atención prestada a casos concretos que, en un momento determinado, despiertan el interés de los psicólogos políticos. En la referencia que hicimos al programa de la reunión científica de la Sociedad Internacional de Psicología Política celebrada en Santiago de Compostela, pudimos comprobar como algunas de las mesas se ocuparon de problemas que tienen una localización geográfica y temporal muy determinada. Esta actitud de los psicólogos políticos, preocupados por el análisis y comprensión de acontecimientos históricos significativos, es digna de reconocimiento. Pero además, debe hacerse constar que esos episodios no son contemplados de forma aislada y particular, sino que sirven para ilustrar el funcionamiento de procesos psicopolíticos más generales.

La clasificación de Deutsch es, como puede observarse, bastante exhaustiva. No obstante, y dado el momento en que fue formulada, no contempla de modo adecuado

áreas de trabajo que han cobrado fuerza en los últimos años. Algunas de esas líneas de investigación suponen la recuperación de temáticas que ya habían sido tratadas en épocas anteriores, pero que ahora, lamentablemente, vuelven a estar de actualidad. Esto ocurre, por ejemplo, con el autoritarismo, un tópico de investigación de gran relevancia en la década de los 50 y 60 pero que posteriormente perdió interés. Sin embargo, los episodios de xenofobia y discriminación que se están produciendo durante los últimos años en Europa han hecho que vuelva, de nuevo, a ocupar un lugar prioritario en la lista de preocupaciones de los psicólogos políticos. Junto a esos temas, también podrían citarse otros que aparecen como consecuencia de importantes acontecimientos políticos ocurridos recientemente. La caída del muro de Berlín y los cambios y transformaciones políticas que se están viviendo en los antiguos países comunistas, provoca el interés por temas como los de cultura democrática, estabilidad de los sistemas democráticos, nacionalismos, patriotismo, etc.

Con las observaciones que hemos realizado, y reconociendo que cualquier intento de clasificación es problemático, la propuesta de Deutsch tiene la virtualidad de proporcionarnos una visión estructurada y bastante exhaustiva de las líneas de estudio e investigación más sobresalientes en Psicología Política.

CAPÍTULO 2

CONSIDERACIONES HISTÓRICAS SOBRE LA PSICOLOGÍA POLÍTICA

2.1. Introducción

La referencia a cuál ha sido el devenir de una determinada disciplina científica, es una tarea prácticamente obligada en cualquier campo del saber. La historia nos permite conocer los orígenes de la disciplina, las claves de su estado actual e incrementar las posibilidades de saber a dónde se dirige. Graumann (1990), en su *Introducción a una historia de la Psicología Social*, señala dos de las finalidades que persigue la construcción histórica de una ciencia. En primer lugar, dotar de una identidad a esa disciplina y a las personas que en ella trabajan. En este sentido, las referencias a determinados autores, líneas de pensamiento, procedimientos de investigación, etc., sirven para definir y delimitar nuestra contribución al desarrollo del saber frente a otras disciplinas que pueden abordar temas o problemáticas similares.

En segundo lugar, existiría una función justificadora, es decir, en el momento en que nuestros trabajos y prácticas profesionales aparecen vinculadas a la figura de grandes hombres que han contribuido de forma notable al conocimiento humano, y que nuestros estudios son, en mayor o menor medida, continuadores de aquellos realizados en épocas anteriores, se rodean de un halo de respeto y solera, fruto de esa larga historia de la que somos herederos. Nombres como los de Galileo, Newton, Einstein, en el campo de la física, o Hipócrates, Pasteur en el de la medicina, se convierten en prototipos de sus respectivos ámbitos profesionales, y el prestigio y respetabilidad de aquellos se generaliza a los demás miembros integrantes de esa comunidad científica.

Las ciencias que tienen un reconocimiento social y una vertiente instrumental aplicada clara, quizás no precisen de una referencia histórica que cubra los objetivos anteriores. Los pioneros de sus disciplinas forman ya parte de la galería de hombres ilustres y mitos de la imaginería popular. Sin embargo, esa labor parece del todo necesaria en los casos, como es el de la Psicología Política, de institucionalización académica reciente.

Como veremos posteriormente, la Psicología Política, en cuanto etiqueta referida al estudio de un ámbito concreto de la actividad humana, tiene una historia muy breve. Sin embargo, y al igual que ocurre con otras disciplinas científicas, cuenta con un largo pasado. Esto es, no podemos ser tan ingenuos como para pensar que el interés por las

dimensiones psicológicas de la conducta política o por las consecuencias psicológicas de determinados sistemas socio-políticos, surge recientemente con la aparición de una disciplina que declara formalmente su preocupación por estas cuestiones. La historia del pensamiento nos muestra que muchos de los temas que hoy en día son objeto de preocupación social han sido tratados y debatidos desde épocas pretéritas.

Si hablamos hoy de la Psicología Política como una nueva disciplina, no es debido, pues, a que afrontemos cuestiones que anteriormente no habían sido planteadas ni a que lo hagamos con nuevas metodologías y aproximaciones teóricas, sino al hecho de que en un momento determinado se delimita, formaliza e institucionaliza un nuevo campo de trabajo que se considera tiene una entidad propia y diferenciada de otros de la Psicología y de la ciencia política.

2.2. Algunos antecedentes intelectuales de la Psicología Política

Como expusimos anteriormente, la formalización e institucionalización de una disciplina no supone el inicio de los trabajos realizados en ese ámbito de conocimiento. Antes de que ese proceso de reconocimiento público tuviera lugar, existían estudios que se encuadraban en ese campo de investigación y que contribuyeron de forma muy significativa a la creación del mismo. Atendiendo al momento en que surgieron, esos antecedentes pueden clasificarse en remotos e inmediatos, de acuerdo a su mayor lejanía o proximidad con el inicio formal de la Psicología Política.

2.2.1. *Antecedentes remotos de la Psicología Política*

Posiblemente no sería muy complicado descubrir en autores y corrientes de pensamiento de la época clásica, contribuciones o ideas que pudiesen ser vinculadas, de una u otra manera, a trabajos o perspectivas de la Psicología Política. Sin embargo, las referencias al pensamiento griego suelen estar justificadas más por un sentido de curiosidad histórica, que por tener una influencia real y efectiva sobre los planteamientos actuales de las ciencias sociales. Dicho lo anterior, también es obligado tener presente que algunas de aquellas propuestas, como la de Protágoras y los sofistas, han tenido una incidencia muy importante sobre algunas líneas de investigación actuales.

A partir del siglo xv se van a producir una serie de acontecimientos y circunstancias que van a tener una notable influencia sobre la concepción del ser humano, el mundo, la ciencia, etc. El Renacimiento supone el inicio de una nueva manera de entender el mundo, que tendrá su continuación y su pleno desarrollo durante la Ilustración.

En el Renacimiento se producen algunos cambios sustanciales en la organización social. La organización jerarquizada de la sociedad en función del origen y nacimiento, propio de la aristocracia, se verá desafiada por el surgimiento de nuevas clases sociales que van a suponer un fuerte revulsivo para una sociedad basada en el privilegio heredado. De esta forma, el Renacimiento es una reacción contra el espíritu teológico y

autoritario de la Edad Media. El concepto de hombre libre y el individualismo serán argumentos que traten de combatir el poder y el peso de la aristocracia y el dogma de las ideas religiosas.

El Renacimiento tendrá su continuación en la Ilustración. En esta época, caracterizada por profundas convulsiones políticas y sociales, se producen algunas de las ideas más fructíferas y con mayor incidencia en lo que ha de ser el desarrollo posterior del pensamiento humano. La creencia en el poder de la razón y del intelecto humano para desentrañar los misterios de la naturaleza, y la confianza en la idea de progreso, van a suponer un punto de inflexión en la historia social y de las ideas. Los ciudadanos se van a liberar, a veces de forma violenta y traumática, de las ataduras y condicionantes que suponía el ambiente oscurantista de etapas anteriores. La apelación a lo mágicomítico y a la divinidad para explicar y justificar tanto las situaciones de opresión y desigualdad social como los orígenes del poder y la autoridad, dejan paso a un análisis racional de estas cuestiones. La realidad social ya no es inmodificable, sino que puede transformarse y mejorarse. El Renacimiento y la Ilustración fueron, por tanto, momentos de suma trascendencia en la historia del pensamiento, pues proporcionaron un nuevo modo de contemplar el mundo y las relaciones sociales.

Un autor cuya obra responde claramente al espíritu del Renacimiento, es Maquiavelo. El autor florentino, creador de la máxima "el fin justifica los medios", consideraba el poder como un fin en sí mismo. En *El Príncipe* se recogen distintos principios y reflexiones, de claro contenido psicológico, para mantener el dominio sobre los demás y conservar el poder.

Las ideas y planteamientos de Maquiavelo resultan importantes no sólo por las interesantes reflexiones sobre la naturaleza humana, sino también por la influencia que han tenido en el pensamiento psicopolítico posterior. Buena prueba de ello es el trabajo de Christie sobre las actitudes socio-políticas, recientemente reconocido por la Sociedad Internacional de Psicología Política. Christie, partiendo de las ideas expuestas en *El Príncipe*, plantea la variable de maquiavelismo como una de las dimensiones fundamentales en el estudio de las actitudes políticas. El planteamiento de Christie gira en torno a tres aspectos centrales señalados por el autor florentino: opiniones sobre la naturaleza humana, técnicas a emplear en relación con los otros y principios morales generalizados.

Desde la perspectiva de las ciencias sociales existen otras contribuciones de interés en cuanto que resultan próximas a lo que siglos más tarde serían las ciencias sociales. Este es el caso de Hobbes. Hobbes apunta que la naturaleza humana tiende al conflicto y, por ello, el fin fundamental de las leyes emanadas del Estado es lograr la concordia entre los hombres. Por tanto, las instancias de gobierno tendrían la función de controlar la naturaleza negativa del sujeto. Pero ese control no se realiza exclusivamente a través de instancias ajenas al propio sujeto, sino que el mismo individuo desarrolla mecanismos de autocontrol. El temor a un poder invisible, en el que Hobbes fundamenta su análisis del fenómeno religioso y el miedo a la muerte, son elementos claves, según este pensador, para la organización social.

Otra de las ideas del autor del Leviatán, que resultan especialmente importantes para el posterior desarrollo de las ciencias sociales, es su análisis de los hechos sociales atendiendo a conceptos individualistas. La sociedad y los fenómenos que en ella se producen no serían más que el resultado de las características de los sujetos que las configuran. Este planteamiento de Hobbes es contestado por Montesquieu, para quien los hechos sociales no pueden ser reducidos a características individuales; la sociedad y los fenómenos sociales implican una serie de elementos y variables que no permiten el reduccionismo planteado por Hobbes, y en este sentido aboga por una consideración más global, holística, en el análisis de la sociedad.

En *El espíritu de las Leyes*, Montesquieu establece, a diferencia de Hobbes, que las instituciones no dependen únicamente de la voluntad y el deseo de los hombres. Existen otros factores que es preciso considerar, entre ellos el clima, la cultura, la religión, etc.

Las contribuciones de estos autores y de otros que, como Locke, Rousseau, Marx, etc., no citamos para no desviarnos del objetivo central de este trabajo, no se limitan, como hemos visto, a cuestiones más o menos puntuales sobre la naturaleza del hombre político, sino que también han tenido una gran importancia a la hora de abordar el estudio de la relación individuo-sociedad.

2.2.2. La aparición de las Ciencias Sociales y los antecedentes inmediatos de la Psicología Política

En la segunda mitad del siglo XIX tiene lugar el surgimiento de las ciencias sociales. A partir de ese momento, son innumerables las contribuciones a lo que más tarde sería denominada Psicología Política. En el trabajo de revisión histórica realizado por Moya y Morales (1988), encontramos la referencia a decenas de autores e investigaciones que desde esa época aportan información y conocimientos a la relación entre los procesos psicológicos y políticos.

Uno de los hechos que puede resultar sorprendente para el lector que se aproxime por primera vez a este ámbito de la Psicología Política, es la diversidad de nombres y obras que aparecen entre los antecedentes de la misma. El posible desconcierto procede de la diversidad de orientaciones y perspectivas que aparecen asociadas a esta disciplina. Efectivamente, los nombres de Le Bon, Tarde, Weber, Lazarus y Steinthal, Durkheim, Wundt, Thomas y Znaniecki, Freud, Skinner, Piaget, Lewin, y un largo etcétera, suelen constituir el elenco de figuras asociadas, de una u otra manera, y en mayor o menor grado, a la Psicología Política. Esta situación es fiel reflejo del carácter de la disciplina y de su vocación de apertura hacia las distintas áreas del pensamiento humano relacionadas con su objeto de estudio.

No es nuestra intención aquí referirnos a todos esos trabajos. Al margen de lo ardua de esa labor, su utilidad sería muy dudosa para el objetivo que se pretende en esta obra. Por tal motivo, haremos una alusión rápida a alguno de esos estudios para prestar una mayor atención a los que se vinculan más directamente con la Psicología Política tal y como hoy la conocemos.

- *Primeras contribuciones desde las ciencias sociales*

Desde la perspectiva sociológica los nombres de Weber y Durkheim cobran una especial significación. La obra de Weber *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, muestra de forma clara la relación entre ciertos sistemas de creencias, como es el protestantismo, y determinados desarrollos económicos. Para un psicólogo político resulta de especial interés ese análisis de Weber sobre la aparición de nuevos movimientos ideológicos y sus correspondientes consecuencias sobre la conducta humana.

Durkheim destaca que los fenómenos sociales, irreductibles a elementos psicológicos, son los determinantes del comportamiento de los individuos. Sus estudios sobre los efectos de la industrialización, con sus consecuentes secuelas de anomia y desarraigo, supusieron importantes contribuciones para el análisis de la relación individuo-sociedad. Por otra parte, la teoría de las representaciones colectivas, que inspiró las formulaciones de Moscovici sobre las representaciones sociales, es el fundamento de algunas de las aproximaciones alternativas a la Psicología Política de corte más individualista.

Le Bon es citado por algunos autores como el padre de la Psicología Política. Ello es debido a la publicación en 1910 de una obra titulada *La Psicología Política y la defensa social*. Al margen de este trabajo, en los diferentes textos de Le Bon puede observarse una clara sensibilidad por la aplicación de los conocimientos psicológicos al ámbito de los fenómenos políticos. En su libro *Psicología de los tiempos nuevos* se lamenta de que la Psicología no figure en la enseñanza de las ciencias políticas. La razón para ello, según este autor, reside en que a la Psicología se le considera un cuerpo de conocimientos todavía vago que cada uno se imagina poseer sin estudio. Curiosamente, estas mismas razones van a ser esgrimidas décadas más tarde por los iniciadores de la Psicología Política académica para justificar algunos de los recelos que la ciencia política mostraba hacia las contribuciones de la Psicología. Para Le Bon las nuevas situaciones políticas mostrarán la enorme relevancia de los conocimientos psicológicos.

Más allá de esa declaración de Le Bon a favor de la aplicación de la ciencia psicológica al estudio de los fenómenos políticos, ese autor realizó contribuciones de interés para una psicología colectiva o psicología de las masas. En su trabajo de 1895 *La Psicología de las masas*, Le Bon plantea cuestiones tan centrales para la Psicología Política como la relación líder-seguidores y las características de las masas. Para Le Bon el sujeto participante en una masa resulta un bárbaro ya que los instintos se convierten en su única guía.

Aunque a veces no de forma explícita, las tesis de Le Bon han ejercido influencia sobre el pensamiento posterior acerca de las masas y de la acción colectiva. En el discurso cotidiano actual la consideración que tienen las masas resulta muy similar a las connotaciones negativas que les atribuyó Le Bon. Por otra parte, el análisis psicosocial de la acción política mantuvo, hasta muy recientemente, una perspectiva sobre este tipo de conductas en la que primaban variables como frustración, desamparo, irracionalidad, etc.

Al igual que Le Bon, Sighele también muestra su rechazo a todo lo que provenga de la acción colectiva y defiende una concepción elitista de la sociedad. Para este autor, los individuos que pueden ser sabios y prudentes, se transforman de tal manera al ser integrantes de un grupo que éste puede alcanzar decisiones erróneas y estúpidas. El planteamiento de Sighele nos trae inmeditamente a la memoria los trabajos de Janis sobre el pensamiento grupal.

La idea de la masa, aunque con diversas matizaciones, ha estado presente en el pensamiento social posterior sobre la decadencia de la civilización occidental. Aunque no es el momento de extendernos sobre esta cuestión, no nos parece justo abandonar estas referencias sin citar a Ortega. No deja de resultar curioso que la obra de Ortega, en la que pueden identificarse problemáticas claramente psicosociales y psicopolíticas, sea citada y aludida en muy contadas excepciones. En *La rebelión de las masas* y en *La España invertebrada* está presente su teoría del hombre masa. La masa es para Ortega un hecho psicológico que anula la diferenciación y permite el triunfo de la homogeneidad. En el predominio de la masa y en la incapacidad de ésta para gobernarse radica, según Ortega, la crisis que en aquel momento sufría Europa.

Los trabajos de Lazarus y Steinthal se centran en el análisis de aquellos aspectos determinantes de la cultura de un pueblo: folclore, lenguaje, mitos, costumbres, etc. Las investigaciones de estos autores suponen, de hecho, un análisis histórico y diferencial de la vida de los pueblos y una apuesta por la búsqueda de la identidad nacional.

Aunque con diferencias respecto a las posiciones mantenidas por Lazarus y Steinthal, Wundt también manifestó un interés claro por el estudio de la psicología de los pueblos. Para Wundt la psicología individual y la psicología de los pueblos no son dos entidades diferenciadas, sino que están estrechamente interconectadas. Los procesos mentales superiores de los individuos no pueden entenderse al margen de los productos culturales de los pueblos y comunidades. Es más, el estudio de esos procesos debe realizarse no desde la psicología individual, sino desde la psicología de los pueblos. Fenómenos tales como el lenguaje, las costumbres y el mito, que serían típicos de la psicología de los pueblos, están condicionando el pensamiento de los individuos.

No es exagerado afirmar que Freud ha tenido una influencia que ha ido más allá del campo concreto en el que realizó sus contribuciones. Las tesis de Freud han incidido profundamente en el pensamiento y en las creencias del hombre contemporáneo sobre muy diversos aspectos de la realidad social. En *Psicología del grupo y análisis del ego*, Freud explica los mecanismos que transforman las tendencias psicológicas individuales en los vínculos emocionales que son la base de todos los grupos sociales. La lectura de la obra de Le Bon le lleva a considerar que el comportamiento de las masas podría ser considerado como un ejemplo de regresión mental. Para Freud, la fuerza de cohesión en todo tipo de grupos se encuentra en los vínculos libidinales que existen entre los hombres, y cita los casos de la iglesia católica y del ejército como confirmatorios de sus ideas.

En *El malestar de la cultura* señala el papel represor que juega la sociedad respecto a los impulsos instintivos del hombre. La represión de los impulsos sexuales y agresivos

por parte de la sociedad ocasiona efectos negativos; sin embargo, Freud también apunta que la organización social sirve de protección al individuo frente a los peligros naturales, al tiempo que regula las relaciones entre los individuos.

Con Freud no se agota la contribución del psicoanálisis al análisis de los fenómenos políticos. Efectivamente, algunos de sus seguidores y críticos van a ejercer una influencia notable sobre determinados planteamientos de la Psicología Política. Fromm reclama una mayor importancia de los aspectos sociales y económicos en la configuración de la personalidad autoritaria. Reich estudia el fenómeno del fascismo integrando conceptos del psicoanálisis y del marxismo. Kardiner plantea el concepto de estructura básica de la personalidad, que defiende la relevancia de las instituciones y la cultura en la determinación de la personalidad de los individuos.

- *Primeros trabajos en Psicología Política*

El apartado anterior permitió mostrar como en el inicio formal de las ciencias sociales existía una sensibilidad clara por el estudio de cuestiones relacionadas con la Psicología Política. No obstante, y debido al nivel de análisis empleado en la mayor parte de esos trabajos, a los objetivos concretos que se persiguen, etc., en ese momento no puede todavía hablarse propiamente de la existencia de una Psicología Política. A partir de la década de los 30 y hasta el momento de su institucionalización, se realizan toda una serie de investigaciones que van a servir de base para la constitución formal posterior de esta disciplina. Ya que muchos de los trabajos realizados durante ese período serán comentados posteriormente en los diferentes capítulos de este libro, haremos una somera referencia a los mismos.

Los trabajos de Thurstone sobre la medida de las actitudes permitieron el desarrollo de una de las líneas de investigación clásicas en Psicología Política: las actitudes socio-políticas. El propio Thurstone fue uno de los que primero contribuyeron a esta área de trabajo. Este autor aplica en 1934 diversas escalas de actitudes a una muestra de 300 estudiantes, obteniendo, mediante la utilización del análisis factorial, dos factores ortogonales: radicalismo-conservadurismo y nacionalismo-internacionalismo. En esa misma época, Carlson encuentra, recurriendo a la misma técnica estadística, tres factores: inteligencia (que correlaciona positivamente con actitudes como pacifismo, comunismo, etc.), radicalismo-conservadurismo y religiosidad. En 1939 Ferguson menciona la existencia del factor radicalismo-conservadurismo como el único interpretable en las actitudes socio-políticas.

Los estudios sobre actitudes socio-políticas están estrechamente vinculados a los de autoritarismo. Como indicamos anteriormente, Fromm se había interesado por los determinantes de la personalidad autoritaria. Retomando esa preocupación, en 1950 Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson y Sanford publican *La Personalidad Autoritaria*. Uno de los grandes méritos del trabajo de Adorno y colaboradores radica en haber mostrado empíricamente la relación entre determinados rasgos de personalidad y el autoritarismo.

La equiparación que el grupo de la Universidad de Berkeley estableció entre autoritarismo e ideología de extrema derecha, generó toda una polémica que llega hasta nuestros días sobre la naturaleza del autoritarismo. En 1954 Eysenck publica *Psicología de la decisión política*, en donde trata de mostrar que los fascistas y comunistas son similares en la variable de mentalidad dura. En 1960 Rokeach plantea la dimensión de dogmatismo como alternativa a la de autoritarismo, y señala su independencia del contenido ideológico.

Uno de los autores que en este tiempo contribuyó de forma más decisiva al desarrollo de los estudios de Psicología Política, es Lasswell. De hecho, Lasswell es reconocido por un sector importante de psicólogos políticos como el padre de la disciplina. En un momento posterior volveremos sobre esta cuestión, pero ahora haremos una breve mención de sus contribuciones.

Algunos de los temas tratados por Lasswell fueron el liderazgo político, el poder, la relación entre la élite y la masa, los mecanismos de influencia, etc. En sus obras *Psicopatología y Política* de 1930, *Poder y Personalidad* de 1948 y *Carácter Democrático* de 1951, se encuentran recogidas sus principales tesis sobre estos aspectos.

En la primera de sus obras analiza las características y principales rasgos del hombre político. Frente a otro tipo de explicaciones sobre los motivos que conducen a su presencia en la vida pública, Lasswell afirma que el hombre político es el resultado de motivos privados que son desplazados sobre objetos públicos y que son racionalizados en términos de interés público.

Otra de las cuestiones relacionadas con el ejercicio de la vida política, es el poder. Para Lasswell el poder hay que entenderlo en relación a las características de personalidad de los individuos. Desde la corriente psicoanalista que inspiraba sus estudios, Lasswell cree encontrar la razón del motivo del poder en los sentimientos de inferioridad de los individuos. El poder, de esta manera, se interpreta como un mecanismo compensatorio de la baja autoestima.

Lasswell también puede ser considerado como un precursor de las tesis del elitismo democrático. Defensor de la idea de democracia, sin embargo, recela de las masas y confía en la capacidad y dirección de las élites. En esa relación entre las élites y la masa pasa a ocupar un papel central el estudio de la propaganda.

Al igual que Lasswell, otros autores comprendieron la enorme importancia de la propaganda y de la comunicación persuasiva. La Segunda Guerra Mundial fue un auténtico laboratorio de pruebas para analizar la eficacia de las distintas estrategias de comunicación de masas. Una vez finalizada esa contienda bélica, distintos investigadores emprenden la tarea de analizar de modo sistemático los mecanismos de la persuasión. Hovland es, sin duda, el personaje más significado en este campo. En un período que abarcó aproximadamente diez años, los transcurridos entre 1950 y 1960, Hovland, con su equipo de la Universidad de Yale, estudia las diversas características relacionadas con el emisor, receptor y mensaje que influyen en el impacto de la comunicación persuasiva.

Los estudios sobre la eficacia de la propaganda habían tenido un notable precedente en un ámbito de investigación clásico de la Psicología Política como es la conducta de

voto. Lazarsfeld, Berelson y Gaudet analizaron la campaña electoral desarrollada en 1940 en el condado de Erie (Ohio). Los autores elaboraron un índice de predisposición política combinando las puntuaciones obtenidas por los sujetos en variables como afiliación religiosa, nivel socioeconómico y tipo de residencia. Una vez puesto en relación ese índice con la intención de voto de los sujetos, concluyeron que son esas variables las que determinan el sentido del voto. La campaña electoral jugaba un papel menor, activando las predisposiciones ya existentes en los sujetos. Los resultados de este trabajo de Lazarsfeld sirvieron en su momento como argumento a favor de la tesis de los efectos mínimos de los medios de comunicación de masas.

Al margen de los estudios sobre la conducta de voto, la investigación en la década de los 50 empieza a interesarse por la predisposición de los sujetos a implicarse en actividades políticas de otro tipo. Campbell elabora una escala de participación política en la que se incluyen distintas situaciones relacionadas con el proceso electoral, tales como el votar, el acudir a mítines, apoyar económicamente la campaña de algún partido o candidato, trabajar para algún partido o candidato y convencer a otras personas para votar de una forma determinada. Durante largo tiempo, los estudios en esta área van a limitarse al análisis de esos modos convencionales de participación política.

En la década de los 50 se sitúan también los estudios sobre socialización política realizados con una importante aportación empírica. Hyman recopila gran parte de las investigaciones realizadas y compara las pautas de socialización seguidas en familias de diferente nivel económico. La socialización política es entendida en esos momentos, como un proceso básicamente de adaptación y conformidad al medio. La identificación que los sujetos establecen con sus padres es el mecanismo que posibilita la transmisión de valores, creencias, etc., de éstos a aquellos.

Finalmente, podemos mencionar la existencia de diversos trabajos encaminados a explicar la conducta de destacadas figuras del ámbito político. Debido a la importancia que el psicoanálisis concedió a la dinámica motivacional, muchos de esos estudios recurrieron a esta perspectiva teórica como base de sus análisis. Personajes como Alejandro el Grande, Luther, el presidente Wilson, etc., fueron, en esa época que estamos comentando, objetivo de este tipo de investigaciones.

Como señalamos al inicio de este apartado, no pretendíamos ser exhaustivos en la relación de nombres, autores e ideas vinculadas a estas etapas históricas previas a la constitución de la Psicología Política. Nuestra única finalidad era mostrar cómo se fue conformando un tipo de investigación que relacionaba los fenómenos psicológicos y políticos. La referencia a algunos de esos estudios permite, por otra parte, comprobar cómo esta aproximación va incorporando nuevas temáticas que irán definiendo varias de las futuras grandes áreas de intervención de la Psicología Política.

2.3. Institucionalización de la Psicología Política

Lo comentado en las páginas anteriores es una manifestación clara de que la Psicología Política no es una simple etiqueta, más o menos afortunada, que responde a

una empresa intelectual reciente. Los estudios dedicados a analizar la relación entre los fenómenos psicológicos y los políticos tienen una larga historia. Lo que es novedoso es la consideración de la Psicología Política como un área de trabajo con características propias y diferenciadas.

En la década de los 70 y como fruto de toda la investigación realizada en décadas precedentes, la Psicología Política adquiere conciencia de sí misma y obtiene una clara visibilidad social y presencia institucional. Existen distintos acontecimientos que contribuyen, de manera muy importante, a este proceso. Uno de ellos es la publicación en 1973 del libro de Knutson *Handbook of Political Psychology*. En esta obra en la que escriben autores procedentes del campo de la Psicología como Bloom, Katz y Sanford, científicos políticos como Niemi, Lane y Greenstein, y sociólogos como Hyman y Singer, se revisan distintos tópicos que configuran la Psicología Política, tales como el papel de la personalidad en política, el liderazgo, socialización política, etc. Al margen de esos trabajos, es de destacar el capítulo escrito por Davies dedicado a la historia de la disciplina. Para un campo de investigación que luchaba por su reconocimiento académico, tal y como era el caso de la Psicología Política, las páginas de Davies resultan de gran utilidad, pues a través de ellas se encuentran las razones que avalan la legitimidad de esa pretensión. Al mismo tiempo, se va diseñando una manera determinada de enfocar y entender la disciplina.

En segundo lugar, habría que citar la aparición en 1974 de la obra de Stone *The Psychology of Politics*. Dividida en cuatro grandes apartados (introducción al estudio de la Psicología Política, socialización política, personalidad y factores motivacionales y acción política), constituye un auténtico manual de Psicología Política.

Finalmente, debemos referirnos a la creación en 1978 de la Sociedad Internacional de Psicología Política. Esta Sociedad, fundada por Jeanne Knutson, tiene una vocación claramente interdisciplinar y sus miembros, cerca de mil en la actualidad, proceden de ámbitos académicos muy variados: Psicología, Sociología, Ciencia Política, Historia, Economía, etc.

Los congresos anuales de la Sociedad Internacional de Psicología Política son un auténtico foro en el que se manifiestan los intereses y las orientaciones de los investigadores de este campo. Las tres últimas reuniones de la Sociedad tuvieron lugar en Cambridge (Massachusetts), Santiago de Compostela y Washington.

Al margen de la organización de las reuniones científicas anuales, la Sociedad Internacional de Psicología Política edita la revista *Political Psychology*, cuyo objetivo, coincidente con el de la Sociedad y el de la propia disciplina, es analizar las interrelaciones entre los procesos políticos y psicológicos.

Estos hitos que acabamos de comentar, y nosotros le daríamos una especial relevancia a la creación de la Sociedad, favorecieron no sólo la articulación de la Psicología Política, sino que también impulsaron de forma muy significativa el trabajo en esta área disciplinar. Una buena prueba de ello es la implantación, a partir de la década de los 70, de materias dedicadas a la Psicología Política en los planes de estudio de muchas universidades.

En la década de los 70 la Psicología Política se convierte, por tanto, en una disciplina autónoma. Pero además de este hecho, en ese período se trata de diseñar e influir en su desarrollo futuro. La mención a determinados autores como los fundadores de la disciplina, el énfasis en determinados niveles de análisis y el olvido de otros, etc., suponen un posicionamiento claro acerca del carácter y naturaleza de ese nuevo ámbito de trabajo.

En la construcción de cualquier disciplina científica tiene una gran importancia la figura que aparece como precursora de la misma. El prestigio y valor intelectual que suele poseer ese personaje sirve de aval y legitima ese nuevo ámbito de trabajo. Al mismo tiempo, la excelencia de su investigación se convierte en el modelo a seguir en esa disciplina. El tema de la paternidad científica no es, pues, un asunto baladí.

Los autores que contribuyeron a la institucionalización de la Psicología Política no olvidaron ese detalle. Así, en el capítulo histórico del libro de Knutson, Davies señala a Lasswell como el padre intelectual de esta disciplina. Del mismo modo, la Sociedad Internacional de Psicología Política concede a Lasswell la distinción de ser su primer presidente honorario. Posteriormente, diferentes investigadores (Stone, Deutsch, etc.) mantienen esa misma tesis. De esta manera, el nombre de Lasswell aparece asociado al origen de esta disciplina.

No pueden negarse los innumerables méritos que concurren en la obra de Lasswell. El problema es que al seleccionar a un autor, entre otros muchos posibles, como el iniciador de una disciplina se está apostando por una determinada visión de la misma y se influye sobre su evolución posterior. Lasswell mantenía una perspectiva de la Psicología Política clara y evidente. Su nivel de análisis se centra en el individuo y ello tiene consecuencias muy concretas para el análisis social y político que no vamos a comentar aquí.

La orientación de Lasswell, pues, parece responder adecuadamente a la postura dominante en las ciencias sociales norteamericanas. Sin embargo, desde otras ópticas y sensibilidades, puede echarse en falta una mayor preocupación por las dimensiones auténticamente sociales del comportamiento y por el análisis de las condiciones que favorecen el cambio social. Por tal motivo, la construcción histórica de la Psicología Política, con lo que ello supone de selección de determinadas figuras intelectuales, líneas de investigación, sensibilidades, orientaciones teóricas, etc., ha estado muy determinada por el excelente trabajo de nuestros colegas norteamericanos. Pero al margen de reconocer la labor desarrollada por esos autores, también hay que indicar que ello ha influido, como no podía ser de otra forma, en la manera de enfrentarse a los temas propios de esta disciplina.

2.4. La Psicología Política en España y Latinoamérica

La institucionalización e, incluso, la visibilidad social y académica de la Psicología Política se debe, fundamentalmente, a nuestros colegas de los Estados Unidos de América. Ellos son los autores de los primeros manuales de esta disciplina, los creadores

de la Sociedad Internacional de Psicología Política, y los editores de la primera revista en este ámbito. Posiblemente, sin esas contribuciones la Psicología Política hubiese tardado más tiempo en lograr su reconocimiento académico. Admitiendo ese mérito, también debemos dejar constancia de otras consecuencias menos positivas que se derivan del protagonismo adquirido por esos autores. Sin lugar a dudas, la más importante se refiere a la imposición de un determinado punto de vista sobre la disciplina. Los problemas de los que se ocupa la Psicología Política son sensibles de ser abordados desde perspectivas muy diferentes. Sin embargo, el protagonismo de la Psicología Política realizada en los Estados Unidos de América determinó la hegemonía de ciertas posiciones en detrimento de otras. Es de todo punto de vista inevitable que aquellos que definen y delimitan una disciplina le impriman el carácter y los sesgos que caracterizan su manera peculiar de entender los fenómenos objeto de estudio. Pero lo que debemos tener claro, y de hecho algunos psicólogos políticos norteamericanos son conscientes de ello, es que esas orientaciones son propias de una realidad socio-política concreta y no pueden plantearse como características generales o universales de esta área de conocimiento.

La implantación y evolución de la Psicología Política en otros países tiene que traducirse en nuevos enfoques y perspectivas, que respondan a lo que son sus tradiciones de pensamiento, sobre la relación entre los fenómenos psicológicos y políticos. Ese debate entre diferentes posiciones resulta no sólo obligado, sino también necesario, para el desarrollo y avance de la Psicología Política.

Para evitar que la historia de la Psicología Política en los Estados Unidos de América se confunda con la historia del conjunto de esta disciplina, es necesario hacer referencia a los rasgos que caracterizaron el desarrollo de la misma en otros contextos geográficos. En este trabajo aludiremos, aunque de forma necesariamente breve, a lo acontecido en España y Latinoamérica.

Los amplios y documentados trabajos de Garzón (1993) sobre la Psicología Política en España y de Montero (1987) sobre la Psicología Política en América Latina, nos brindan elementos de interés para conocer y comprender cómo ha sido la evolución de esta disciplina en esos ámbitos.

Ambas autoras coinciden en señalar la asociación existente entre democracia y el análisis político de la sociedad. Esto es, la Psicología Política se desarrolla, tanto en España como en América Latina, con la recuperación del sistema de libertades. Otro aspecto en común, que se deriva del listado de autores por ellas mencionado, es el protagonismo que tiene la Psicología Social en el desarrollo de la Psicología Política. La Psicología Política en los Estados Unidos de América fue creada por investigadores procedentes de diversos ámbitos académicos, Psicología, Sociología, Ciencia Política, etc. Sin embargo en nuestros países, esta disciplina aparece relacionada, de forma prácticamente exclusiva, con la Psicología Social.

En el trabajo de Garzón se apuntan algunos de los antecedentes intelectuales de la Psicología Política en España. Es en las primeras décadas de este siglo donde aparecen algunas problemáticas propias de esta disciplina. Para Garzón la generación del 98 representa la preocupación por el carácter nacional, la del 14 se interesó por temas

relativos a socialización y cultura política, y, finalmente la del 27, asumiría un planteamiento crítico y de defensa del cambio social. Pese a lo ilustrativo que resultan esas referencias para conocer las inquietudes de nuestros pensadores en aquellos momentos, pocos de esos trabajos podrían en rigor ser calificados como de Psicología Política. En la mayor parte de los casos reflejan simplemente un sentimiento de desconcierto e inquietud por el estado de cosas que les tocó vivir. Pero también es cierto que algunos de los problemas abordados en esa época constituirán un continuo foco de interés. A modo simplemente de curiosidad, cabe destacar los diversos estudios realizados sobre el carácter nacional español. Al margen de los trabajos de autores españoles, como el de Marías, también desde otras latitudes mostraron interés por conocer nuestra personalidad. Este es el caso de Beinhauer que en la década de los 40 escribió una obra titulada *El carácter español* con el objetivo, como apunta en el prólogo, de dar a sus compatriotas una idea de la mentalidad española.

La guerra civil española supone un brusco y dramático paréntesis en el desarrollo de la Psicología en nuestro país. Sus figuras más preclaras se vieron obligadas a tomar el camino del exilio. Gran parte de los proyectos para una aplicación social de la Psicología se vieron bruscamente truncados. Uno de los autores que defendía esa vertiente aplicada de la Psicología fue Mira i López. En un libro fechado en 1941, *Los problemas psicológicos actuales*, Mira i López dedica un capítulo a una temática propiamente psicopolítica: la conducta revolucionaria. Con referencias a autores como Le Bon y Ortega, con los que mantiene una clara distancia en esta cuestión, Mira se refiere a la revolución como un fenómeno histórico y psicológico y comenta los rasgos fundamentales de la conducta revolucionaria. Algunos de los conceptos utilizados en esta obra para explicar la dinámica de la conducta revolucionaria guardan una estrecha relación con los utilizados actualmente en los modelos de acción política.

A partir de los años 50 asistimos a la publicación de diversos estudios que se encuadran, sin ningún tipo de reservas, en la Psicología Política. Este es el caso de los de Pinillos sobre las actitudes autoritarias. En la década de los 60 y 70 la problemática del autoritarismo sigue estando de actualidad con los trabajos de Torregrosa, Seoane, Burgaleta, etc. En estos mismos años ven la luz diferentes trabajos dedicados al análisis de los estereotipos nacionales.

Es en la década de los 80 cuando se produce el auténtico despegue de la Psicología Política en España. Su inclusión en los planes de estudios universitarios, la realización en 1987 del primer Congreso Nacional de Psicología Política, la publicación en 1988 del primer manual de la disciplina escrito por españoles, la edición en 1990 de la revista de Psicología Política, etc., son hechos que avalan la afirmación anterior.

En el análisis que realiza Garzón sobre los principales contenidos de la Psicología Política en España, las categorías que recogen el mayor número de publicaciones se refieren a las ideologías, la participación política y los nacionalismos. A juicio de esta autora, la elección de esos temas sería un reflejo de la preocupación intelectual por la modernización de España.

La Psicología Política en América Latina parece responder, del mismo modo, a las

urgencias que dicta el medio. En el trabajo de Montero se presenta una tabla que muestra las temáticas abordadas por nuestros colegas latinoamericanos. En este caso, el mayor número de estudios están referidos a las siguientes categorías: trauma político, nacionalismo y rol político del psicólogo y la Psicología. En la primera problemática se incluyen cuestiones tales como exilio, tortura y los efectos de la guerra. Si se observan los países en los que se realizaron la mayor parte de esas investigaciones, Argentina, Chile y El Salvador, se comprueba la íntima relación existente entre esos temas y la realidad política en la que se han planteado.

En la década de los 60, Salazar inicia una de las líneas de investigación más distintivas de la Psicología Política Latinoamericana: el nacionalismo. Los trabajos en esta área tienen como objetivo fundamental, como indica Montero, la búsqueda de una identidad propia. Es curioso observar como este tema, y con diferentes enfoques, ha sido también una constante a este lado del Atlántico. La generación del 98 tuvo como una de sus principales metas la búsqueda de las esencias de España y de lo español. En la actualidad, investigadores radicados en las Comunidades históricas españolas tratan de poner de manifiesto los procesos que conducen a la construcción de las identidades nacionales.

La tercera línea de investigación más sobresaliente en América Latina es el análisis del rol social del psicólogo y la Psicología. Sobre esta cuestión se alzaron diversas voces para reclamar un compromiso de la Psicología con el cambio social y en favor de la democracia y de los grupos socialmente deprivados (Ribes Iñesta, Martín Baró, Campos, etc.). Este compromiso con la realidad socio-política, es tal y como lo comenta Garzón cuando se refiere al pensamiento intelectual español del siglo XIX, un fenómeno europeo que acabó siendo asumido por una parte de la comunidad científica internacional.

El desarrollo temático de la Psicología Política está, pues, estrechamente relacionado con el lugar en que se realizan esas investigaciones. Esto no puede ser de otro modo, ya que el científico social tiene la obligación moral de contribuir a la solución de los problemas que su sociedad tiene planteados.

SEGUNDA PARTE

PERSONALIDAD Y SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

CAPÍTULO 3

LA PERSONALIDAD AUTORITARIA

3.1. Introducción

El estudio de la personalidad autoritaria es un claro ejemplo de los avatares por los que suelen pasar las líneas de investigación que tienen cierta pervivencia en el tiempo. En ellas encontramos momentos de esplendor y otros de claro declive. Desde la perspectiva de la sociología de la ciencia, puede resultar apasionante conocer las razones que llevan a esos cambios, muchas veces bruscos e inexplicables desde la referencia a parámetros exclusivamente vinculados a la actividad científica que se analiza, en el interés que despiertan ciertas problemáticas y cuestiones.

En uno de los últimos párrafos del capítulo que cierra un reciente libro sobre el autoritarismo (Stone, *et al.*, 1993), los autores señalan lo siguiente:

> "a pesar de los vaivenes en la investigación, las controversias teóricas y metodológicas y, a veces, cierto declive en el interés por el tema, el concepto de autoritarismo permanece vital. Ciertamente, el renovado interés en el concepto de personalidad autoritaria ha estado profundamente influido por el contexto político (e. g., Reagan y el affaire Irán-Contra; el movimiento de derechos civiles; Vietnam; y más recientemente, los acontecimientos en la Europa del Este y el Golfo Pérsico). También la viabilidad de la TAP (los autores se refieren al libro 'La Personalidad Autoritaria') se ha visto incrementada por la demostración de su relevancia en áreas tan diversas como el proceso de toma de decisión en jurados y la predicción de la conducta de voto o las actitudes hacia el SIDA" (p. 244).

Como se deduce de lo anterior, el concepto de autoritarismo parece seguir plenamente vigente para explicar ciertas actitudes y comportamientos políticos que suponen una amenaza continua para los valores de tolerancia, libertad, respeto a la diferencia, etc.

3.2. El trabajo del grupo de Berkeley

El estudio del autoritarismo no puede entenderse sin el trabajo de Adorno, Frenkel-Berunswick, Levinson y Sanford (1950) *La personalidad autoritaria*. Si bien es cierto

que anteriormente, autores como Reich, Fromm, Katz y Cantril, Erikson, etc., habían abordado desde diferentes perspectivas el tema del autoritarismo, el trabajo del grupo de Berkeley tendrá un enorme impacto en las ciencias sociales y se constituirá como obligado punto de referencia en este tema. Una buena prueba de la afirmación anterior lo constituyen las más de dos mil investigaciones inspiradas en el estudio de Adorno *et al.*, y el hecho de que esos autores se encuentren entre los más citados en las ciencias sociales.

La enorme repercusión que tuvo el trabajo de Adorno *et al.*, quizá sea debida, como señala Sanford (1973):

> "a su demostración de la coherencia de varias creencias, actitudes y valores asociados con el antisemitismo y fascismo y con el rol funcional de estos sistemas ideológicos dentro de la personalidad del individuo" (p. 140).

En *La Personalidad Autoritaria* los autores, a partir del estudio de las actitudes hacia los judíos, nos van descubriendo cómo dichas actitudes se relacionan con otras cada vez más generales. De este modo, del antisemitismo se pasa al estudio del etnocentrismo, para llegar, finalmente, al análisis de las tendencias antidemocráticas.

Como señalamos en otro momento, Sabucedo (1985), el objetivo de la investigación del grupo de Berkeley era doble: por un lado, detectar a personas potencialmente antidemócratas; y por otro, descubrir aquellas fuerzas de personalidad subyacentes al mantenimiento de esas actitudes.

El descubrimiento de personas susceptibles al fascismo se realizaría conociendo sus actitudes y opiniones, y dado que éstas se encuentran, según Adorno *et al.*, a nivel superficial, el método empleado sería el del cuestionario. El segundo objetivo consistía en averiguar qué rasgos de personalidad eran los determinantes de la tendencia del sujeto a la ideología fascista. Estos autores, que simpatizaban con las corrientes psicoanalistas, señalaban que era necesario descubrir las tendencias inconscientes del individuo. Para ello recurrieron a las entrevistas, que fueron complementadas con la utilización del TAT, Rorschach y preguntas proyectivas.

3.2.1. Del antisemitismo a La Personalidad Autoritaria

El trabajo que sirvió de base a la publicación de *La Personalidad Autoritaria* se inició en 1943, cuando Sanford, profesor en la Universidad de Berkeley, recibió una donación para estudiar el antisemitismo. Junto al entonces recién licenciado Levinson, iniciaron la construcción de la escala de antisemitismo. Posteriormente, y contando con la ayuda económica del Comité Judío Americano, se les unirían Frenkel-Brunswick y Adorno.

El punto de partida, pues, fue la investigación sobre el antisemitismo. Para medir esas actitudes construyeron una escala de antisemitismo (AS) formada por treinta y dos ítems agrupados en cinco categorías: insultantes (los judíos son presuntuosos, sucios,

etc.); amenazadores (son despiadados, competitivos, etc.); actitudes (incluía ítems que señalaban posibles comportamientos hacia ellos); exclusividad (se resalta la idea de los judíos como clan); intrusismo (se meten donde nadie los llama).

Los resultados obtenidos con esta escala mostraron que las actitudes antisemitas se caracterizan por un comportamiento estereotipado, por una adhesión rígida a los valores de la clase media, una exaltación del propio grupo y rechazo de los otros, y un alto interés por el poder y el control. Otro dato de sumo interés fue el poner de relieve que los individuos que manifestaban un prejuicio hacia los judíos, manifestaban también ese mismo tipo de actitud hacia otros grupos minoritarios. Por esta razón, el siguiente paso de su proyecto fue el análisis del etnocentrismo, que es una actitud más general que la del prejuicio y que implica una hostilidad hacia los extraños en general.

La escala para la medición del etnocentrismo (escala E) estaba formada por tres subescalas que medían actitudes hacia la gente de color, minorías y hacia un patriotismo chauvinista. Las correlaciones entre las escalas AS y E iban desde .63 a .75, con lo que se confirmaba la hipótesis anterior de que el antisemitismo era la manifestación de una tendencia más general representada por el etnocentrismo.

El siguiente paso en esa investigación fue el relacionar el etnocentrismo con factores económicos y sociales. La razón para ello es, según Adorno *et al*. (1950) la siguiente:

> "ningún especialista en ciencias sociales, ni aun la mayoría de los legos en la materia, dudan ya de que las fuerzas políticas y económicas cumplen un papel vital en la evolución del etnocentrismo, sea en su forma institucional o en su forma psicológica individual" (p. 161).

La escala de conservadurismo político-económico (CPE) se elaboró para situar a los sujetos a lo largo del continuum derecha-izquierda, y estudiar la posible relación existente entre el mantenimiento de esas actitudes socio-políticas y el etnocentrismo. Las correlaciones obtenidas entre la escala CPE y las de antisemitismo y etnocentrismo fueron de .43 y .57, respectivamente. Después de la construcción de los instrumentos anteriores, Adorno *et al.*, se plantearon la necesidad de elaborar una nueva escala que "evitando mencionar minoría alguna, sirviera para medir el prejuicio sin que los sujetos reconocieran ese propósito" (p. 229). De este modo, nace la que será una de las escalas más conocidas en las ciencias sociales, la escala F, que mide las tendencias antidemocráticas implícitas o de potencialidad hacia el fascismo.

La forma original de la escala (forma 78) contenía 38 ítems quedando reducidos a treinta en la versión definitiva (forma 40/45). Los ítems que forman la escala fueron tomados de diversas fuentes, como los escritos de autores fascistas y de las respuestas de los sujetos etnocéntricos a las entrevistas. La escala es de tipo Likert, pudiendo situar las respuestas a los distintos ítems a lo largo de una escala que va desde el "totalmente de acuerdo" al "totalmente en desacuerdo". Todos los ítems están redactados en la dirección del autoritarismo.

La escala F está compuesta por nueve variables que agrupan a los distintos ítems. Estas variables constituyen, a juicio de los autores:

"un síndrome único, una estructura medianamente duradera existente dentro de la persona y que torna a ésta sensible a la propaganda antidemocrática. Consetemente, puede decirse que la escala F se propone medir la personalidad potencialmente antidemocrática" (p. 234).

Las características del síndrome de personalidad autoritaria son las siguientes:

1) *Convencionalismo*. Adhesión rígida a los valores de la clase media. El convencionalismo de los autoritarios, no es producto de un análisis racional del sistema de valores de la clase media, sino de una adhesión rígida y emocional a esos valores.
2) *Sumisión autoritaria*. Refleja la actitud sumisa y la aceptación acrítica respecto de las autoridades morales idealizadas del endogrupo. Esta sumisión a la autoridad la definen como la necesidad que manifiesta el sujeto de que una autoridad externa le indique lo que es bueno y malo, lo que debe y no debe hacer, evitando de este modo la ansiedad producida por las situaciones ambiguas en las que el sujeto no sabe como responder.
3) *Agresión autoritaria*. Tendencia a buscar y condenar, rechazar y castigar a los individuos que violen los valores convencionales.

   La agresión autoritaria es la otra cara de la moneda de la sumisión autoritaria, y ambas características están presentes en el sujeto autoritario. Adorno *et al.*, explican esta tendencia de la personalidad apoyándose en el concepto psicoanalista de desplazamiento. Así, los individuos incapaces de manifestar su agresividad hacia las autoridades del endogrupo la dirigen hacia miembros de los exogrupos.
4) *Antiintracepción*. Oposición a lo subjetivo, imaginativo y sentimental.
5) *Superstición y estereotipia*. Creencia en la determinación sobrenatural del destino humano; inclinación a pensar en categorías rígidas.
6) *Poder y dureza*. Preocupación por la dimensión dominio-sumisión, fortalezadebilidad, líder-seguidor, identificación con las figuras que representan el poder, exageración de los atributos convencionales del yo, valoración excesiva de la fuerza y dureza.
7) *Destructividad y cinismo*. Hostilidad, vilipendio general de la humanidad.
8) *Proyectividad*. Disposición a creer que en el mundo suceden cosas siniestras y peligrosas; proyección hacia el exterior de impulsos emocionales inconscientes.
9) *Preocupación exagerada por las cuestiones sexuales*. Repulsa hacia todas aquellas manifestaciones que supongan una desviación respecto a la norma.

3.2.2. Críticas a La Personalidad Autoritaria

Las críticas a *La Personalidad Autoritaria* comenzaron a los pocos meses de publicada esa obra y se dirigieron tanto a los aspectos metodológicos como a los conceptuales.

Por lo que respecta al apartado metodológico, vamos a comentar únicamente las críticas vertidas sobre la utilización de los cuestionarios. Aquí las objeciones se centraron en el tipo de muestra utilizada y en la posibilidad de que el fenómeno de la aquiescencia estuviese incidiendo en las respuestas de los sujetos a la escala F. Las críticas en este terreno fueron tan fuertes que Hyman y Sheatsley (1954) afirman que ellas "nos llevan inevitablemente a sacar la conclusión de que la teoría de los autores no ha sido probada por los datos que existen" (Cfr. Brown 1965, p. 537).

Respecto a la muestra utilizada, se cuestiona su falta de representatividad. Los autores del grupo de Berkeley no le prestaron demasiada atención a ese problema en la creencia de que no era importante para su objetivo, que era el descubrir relaciones entre distintas actitudes y no el comprobar la incidencia de esas actitudes en la población. Esa justificación para no preocuparse por el muestreo, es duramente atacada por Hyman y Sheatsley (1954) afirmando que incluso cuando se estudian relaciones entre variables, la muestra juega un papel importante, en tanto que va a determinar la correlación observada entre ellas.

Pero a pesar de esas críticas, ninguno de los trabajos posteriores, realizados sobre muestras muy distintas, pudieron refutar las afirmaciones de Adorno respecto a la vinculación entre antisemitismo, etnocentrismo y escala F. Este hecho lleva a Brown (1965) a sugerir lo siguiente:

> "Los investigadores de Berkeley, sin duda, no tuvieron razón al generalizar sus conclusiones del modo tan amplio como lo hicieron, pero al parecer tuvieron suerte. Dieron con un descubrimiento que es tan elevadamente confiable y tan general como pensaron que lo era, aunque se fundaron en testimonios insuficientes" (p. 524).

La segunda de las críticas metodológicas se refiere a la presencia del fenómeno de la aquiescencia en la escala F. La aquiescencia puede definirse como la tendencia que manifiestan algunas personas a estar de acuerdo con las afirmaciones del investigador. Dado que la escala F tiene redactados todos sus ítems en la dirección del autoritarismo, se ha planteado que la puntuación final puede ser debida no tanto al autoritarismo como a la aquiescencia.

Para algunos autores la tendencia a responder afirmativamente constituye una característica de la personalidad autoritaria. Del mismo modo, otros autores parecen coincidir en que la aquiescencia en la escala F no es tan importante como se había pretendido, y que si bien puede estar presente en una pequeña proporción esto puede ser debido al hecho manifestado por Adorno de que la aquiescencia es una manifestación del autoritarismo.

Otro grupo importante de críticas se han dirigido a los aspectos sustantivos del trabajo de Adorno *et al*. Posiblemente la crítica más importante en este terreno se refiere a la equiparación que hicieron los autores de *La Personalidad Autoritaria* entre autoritarismo e ideología de extrema derecha. Para los defensores de este planteamiento,

la rigidez, la intolerancia hacia los exogrupos así como otras características de los autoritarios, no son patrimonio de las personalidades fascistas, sino que pueden encontrarse en otras ideologías. De hecho, Adorno *et al.*, encontraron entre los sujetos con puntuaciones bajas en la escala F a un grupo que se caracterizaba por su rigidez. Esto posibilitó que algunos autores aludiesen a la existencia de un autoritarismo de izquierda.

Lo que esos críticos están señalando es que al igual que existe un autoritarismo de derechas, existe uno de izquierdas. Dentro de unos momentos dedicaremos nuestra atención a considerar la pertinencia o no de ese planteamiento. Pero lo que ahora queremos resaltar es que en el tiempo en que Adorno *et al.*, realizaron sus trabajos, el fascismo constituía una seria amenaza para la convivencia democrática. Por ese motivo, es totalmente comprensible que esos autores dedicaran sus esfuerzos a comprender la dinámica que subyace a ese tipo de planteamientos ideológicos. Adorno *et al.*, se refieren claramente a este hecho:

> "ninguna tendencia psicosocial encierra tan seria amenaza para nuestras instituciones y valores tradicionales como el fascismo, y que el conocimiento de las fuerzas de personalidad que favorecen su aceptación puede, en último término, resultar útil en la lucha contra esa idea" (P. 27).

La crítica anterior sobre la equiparación del autoritarismo con la ideología de extrema derecha, adquirió una nueva dimensión a partir del planteamiento de que en la escala F estaban actuando dos tipos de autoritarismo que era preciso diferenciar. Por una parte, nos encontraríamos con un autoritarismo estrechamente vinculado con determinadas ideologías políticas. Este autoritarismo de contenido sería asimilable al fascismo. Pero, por otro lado, existe un segundo tipo de autoritarismo, de carácter más general y relacionado con el estilo y la forma de mantener el credo político, que podría encontrarse en otros puntos del continuum político. Esta distinción entre autoritarismo de contenido y estilo va a presidir algunos de los planteamientos alternativos realizados al trabajo del grupo de Berkeley.

Otros autores, como Ray o Wilson, cuestionan la validez de la escala para la medida del autoritarismo. Para ellos, la escala F no considera la dimensión de imposición sobre los demás, característica que sería propia y distintiva de los autoritarios. Es por esa razón por la que Ray (1979) afirma que Adorno ha medido el conservadurismo duro, pero no el autoritarismo.

Las críticas realizadas sobre la validez del trabajo de Adorno *et al.*, la falta de alternativas teóricas claras y la existencia de un clima socio-político bastante insensible a los problemas del autoritarismo, motivaron que, salvo contadas excepciones, los científicos sociales de los Estados Unidos de América abandonasen durante años esta línea de investigación.

En los últimos tiempos, sin embargo, y gracias especialmente al trabajo desarrollado por la Sociedad Internacional de Psicología Política, el tema del autoritarismo parece volver a despertar el interés de los investigadores. Las razones para esa preocupación renovada por el autoritarismo hay que buscarlas tanto en el resurgimiento de

movimientos fascistas y autoritarios en Europa, como en los trabajos de autores que defienden la actualidad y vigencia de los planteamientos del grupo de Berkeley. A este último punto dedicaremos el próximo apartado de este tema.

3.3. Sobre la validez de la escala F y el autoritarismo de izquierda

Dos de las principales objeciones que se han realizado a las tesis de Adorno *et al.*, se refieren a la validez de la escala F para la medición del autoritarismo y a la no aplicación de su teoría a los sujetos con ideología de izquierda.

El tema de la validez de la escala F ha sido analizado con una exhaustividad y rigor digno del mayor de los elogios por Jos Meloen de la Universidad de Leiden. Meloen (1993) analizó cientos de trabajos realizados con la escala F para conocer si las puntuaciones elevadas en esa escala se relacionan con las tendencias profascistas y antidemocráticas.

Para analizar la validez de la escala F, Meloen propone cuatro criterios:

a) Los grupos que apoyan principios profascistas y antidemocráticos obtendrán puntuaciones elevadas en la escala F.
b) Los grupos profascistas y antidemocráticos obtendrán puntuaciones más elevadas en la escala F que la media de la población general.
c) Los grupos que explícitamente apoyan valores antifascistas y democráticos obtendrán puntuaciones en la escala F inferiores a las de la población general.
d) Las diferencias en autoritarismo existentes entre diversas zonas de los Estados Unidos de América, y que son fruto del desarrollo histórico de ese país, quedarán reflejadas en las puntuaciones en la escala F obtenidas en esas distintas zonas geográficas.

Respecto al primer criterio, y después de analizar distintos trabajos que habían utilizado muestras de sujetos vinculados a grupos de ideología antidemocrática (fascistas, afrikaners, antiguos miembros de las SS, etc.), Meloen concluye que las puntuaciones altas en la escala F están asociadas a la pertenencia a esos grupos. En segundo lugar, también se pone de manifiesto que el nivel de autoritarismo de la población general es sensiblemente menor que el de los grupos antidemocráticos. En tercer lugar, y tal como apuntaba otro de los criterios señalados por Meloen, las puntuaciones más bajas en la escala F correspondían a personas comprometidas con grupos y actividades antifascistas y antiautoritarias. Finalmente, las puntuaciones en la escala de autoritarismo reflejaban las diferencias que en esta dimensión existían entre diversas zonas de los Estados Unidos de América.

Como conclusión de su análisis, Meloen señala que la escala F es un instrumento válido para la medida de las tendencias antidemocráticas y fascistas.

El otro tema motivo de polémica es el de la posible existencia de un autoritarismo de

izquierdas. Como señalamos anteriormente, los propios autores del grupo de Berkeley habían apuntado la existencia de un grupo de sujetos con mentalidad rígida y con puntuaciones bajas en la escala F. Basándose en esa observación de Adorno *et al.*, Shils (1954) comienza a hablar de un autoritarismo de izquierdas. Pero como nos recuerdan Stone y Smith (1993), esa postura crítica de Shils no se corresponde con los halagos que en un primer momento este autor había dedicado a los estudios realizados por Adorno y su grupo. Ese cambio en la opinión de Shils puede ser debido, como apuntan Stone y Smith (1993), al nuevo clima político existente en los Estados Unidos de América. Recordemos que en la década de los 50 una vez derrotado el fascismo, el comunismo se convierte en el nuevo enemigo de los Estados Unidos de América, y en esa misma época McCarthy inicia su especial cruzada contra todos los que puedan tener algún tipo de relación con ideologías de izquierda.

En este sentido, el contexto socio-político aporta algunas claves para entender la tesis del autoritarismo de izquierdas. Pero al margen de esto, veamos con qué tipo de respaldo empírico cuentan los defensores de esta posición. Shils basa su planteamiento de un autoritarismo de izquierdas en la presunta similaridad que existe entre las masas de los países fascistas y comunistas, como por ejemplo, la sumisión que tanto unos como otros manifiestan ante sus líderes.

Por otra parte, Rokeach (1960) desarrolló una teoría sobre el dogmatismo, que tenía como objetivo mostrar la existencia de una dimensión de autoritarismo de estilo independiente del contenido ideológico. Los resultados obtenidos con la escala de dogmatismo no avalan la pretensión de Rokeach, ya que son los sujetos identificados con opciones políticas de derechas los que obtienen las puntuaciones más elevadas. Después de una revisión de los trabajos sobre dogmatismo, Stone (1980) concluye que no existe evidencia psicológica del autoritarismo de izquierdas y que ese concepto es un mito perpetuado por razones todavía desconocidas.

Más recientemente McCloskey y Chong (1985), en una línea semejante a la esgrimida en su momento por Shils, apelan a la evidencia intuitiva para señalar la similaridad que se da entre las dictaduras de derecha e izquierda.

Teniendo en cuenta todas las observaciones realizadas sobre la existencia de un autoritarismo de izquierdas, Stone y Smith (1993) señalan que éste no ha sido probado. En primer lugar, no basta con hacer referencias a posibles semejanzas en el estilo entre personas pertenecientes a ideologías opuestas; lo que hay que hacer es demostrar estadísticamente que las personas de izquierdas son tan autoritarias como los de derechas y más que los moderados. En segundo lugar, no es lícito para demostrar la existencia del autoritarismo de izquierdas referirse a los regímenes políticos, ya que ello supone un cambio de nivel de análisis, del nivel psicológico al sociológico. Por todo lo anterior, esos autores reiteran que la tesis del autoritarismo de izquierda no ha sido demostrada.

3.4. Alternativas teóricas a La Personalidad Autoritaria

En primer lugar haremos una breve referencia a dos propuestas que intentaban dar

solución a una de las principales críticas dirigidas al trabajo del grupo de Berkeley: la identificación entre autoritarismo e ideología de extrema derecha.

Eysenck (1954) defiende la similaridad en muchos aspectos entre fascistas y comunistas. Las pruebas que avalarían esa posición proceden del trabajo de una discípula suya, Thelma Coulter, con la escala F, así como de los resultados obtenidos con la escala de actitudes sociales primarias.

El trabajo de Coulter muestra que los sujetos pertenecientes a grupos comunistas obtienen una puntuación más alta en la escala F que el grupo neutro. Dado que la escala F mide autoritarismo de derecha, la puntuación de los comunistas en aquellos ítems de la escala que evalúan un autoritarismo general, independiente de la ideología, debe de ser lo suficientemente alta para contrarrestar sus bajas puntuaciones en el resto de los ítems ideológicos. El razonamiento de Coulter podría tener cierta lógica, sino fuese por dos hechos. En primer lugar, la puntuación media del grupo comunista no llega al punto medio de la escala (3,1 sobre 7); y en segundo lugar la media obtenida por el grupo de sujetos neutro era excesivamente baja. De hecho esas puntuaciones resultaban atípicas, ya que en otros estudios la media de esos grupos resultaba siempre más alta.

Por otra parte, Eysenck considera que las actitudes sociales se organizan en torno a dos dimensiones: conservadurismo-radicalismo y mentalidad dura-mentalidad blanda. Según este autor, los fascistas y comunistas se sitúan en posiciones contrarias en la primera de esas dimensiones, sin embargo ambos grupos ideológicos se localizarían en el polo de mentalidad dura de la segunda dimensión. Para comprobar esta hipótesis elabora la escala de actitudes sociales primarias. De los resultados obtenidos con esa escala, Eysenck concluye que los comunistas y fascistas son similares en mentalidad dura.

Los comentarios críticos realizados a la escala de Eysenck, así como a sus conclusiones, son prácticamente unánimes y rotundos. Sabucedo (1985), después de un análisis detallado de los resultados obtenidos con muestras españolas, afirma que resulta obvio que el contenido de los ítems en los que se muestran de acuerdo fascistas y comunistas es completamente diferente. En un tono mucho más duro, Billig (1982) señala los esfuerzos de Eysenck por seleccionar afirmaciones que los sujetos de los grupos políticos de izquierda pudiesen rechazar, para de este modo poder equiparar a los sujetos pertenecientes a grupos políticos extremos. Este procedimiento merece la condena y rechazo de este autor.

La segunda alternativa que perseguía la identificación de un autoritarismo no limitado a las opciones políticas de derecha, es la de Rokeach (1960). El modelo de Rokeach, mucho más elaborado y mejor fundamentado que el de Eysenck, pretende poner de manifiesto la existencia de un autoritarismo general, independiente de las ideologías.

Rokeach parte del concepto de sistema de creencias-no creencias. El sistema de creencias representa todos los grupos de creencias, expectativas e hipótesis, conscientes o inconscientes, que una persona, en un momento determinado, considera como verdaderas. El sistema de no creencias está compuesto por una serie de subsistemas y contiene todas las no creencias, expectativas e hipótesis, conscientes o inconscientes, que

en uno u otro grado una persona, en un momento dado, rechaza por falsas. Este sistema de creencias-no creencias tiene tres dimensiones: creencia-no creencia, central-periférica y perspectiva de tiempo.

La dimensión de creencia-no creencia tiene las siguientes propiedades: diferenciación, aislamiento y amplitud del sistema. La diferenciación, puede entenderse como el número de creencias y no creencias de un sujeto. Puede pensarse que los sistemas de creencias son más diferenciados que los sistemas de no creencias, pues parece lógico suponer que un sujeto tendrá más información sobre sus creencias que sobre sus no creencias. Hablaremos de creencias aisladas cuando, existiendo alguna relación lógica entre ellas, los sujetos las consideren poco o nada relacionadas. Finalmente, la mayor o menor amplitud del sistema está en función de los subsistemas de no creencias que pertenecen a un determinado sistema de creencias-no creencias. A mayor número de subsistemas de no creencias, mayor será la amplitud del sistema.

Las creencias también pueden organizarse a lo largo de una dimensión centralperiférica. Diremos que una creencia es más central cuanto mayor sea el número de otras creencias que dependan de ella. Las creencias más centrales son las primitivas; éstas son creencias que el sujeto ha elaborado a través de la propia experiencia y se refieren tanto a sí mismos como al mundo en general. En la región intermedia nos encontramos con las creencias sobre la naturaleza de la autoridad. En último lugar, ocupando la región periférica, estarían las creencias derivadas y las inconsecuentes. Las derivadas son aquellas creencias que emanan de las autoridades en las que confiamos, y las inconsecuentes se refieren a distintos aspectos de la realidad y se caracterizan porque su cambio no afecta a las otras creencias del sistema.

La tercera dimensión de los sistemas de creencias-no creencias, es la perspectiva de tiempo. En este caso se alude a las creencias que tienen los sujetos sobre el pasado, el presente y el futuro, y a la relación que existe entre ellas.

Teniendo en cuenta lo anterior, Rokeach señala que los sistemas de creencias-no creencias pueden ser abiertos o cerrados, en función de las distintas características que concurren en las tres dimensiones anteriormente citadas.

A modo simplemente de ejemplo, informar que el sistema de creencias terrado se caracterizaría por poseer, en la dimensión central-periférica, las siguientes creencias:

— El mundo es hostil y la gente enemiga.
— A las personas se las acepta o rechaza, dependiendo de si comparten o no nuestro propio sistema de creencias.
— Existen autoridades positivas o negativas, en términos absolutos.
— Creencia en una única causa.
— Relación íntima entre el contenido de la información y la autoridad, de tal manera que el sujeto acepta o rechaza esa información dependiendo de la autoridad de la que provenga.

Los planteamientos anteriores, junto al poco avance teórico que se produjo en las

décadas posteriores a la publicación de *La Personalidad Autoritaria*, provocaron, como indicamos en otro momento, un cierto abandono de esta línea de investigación. Pero a pesar de ello, algunos autores siguieron confiando en la relevancia de este concepto y trabajaron en la elaboración de nuevos modelos teóricos.

Sin lugar a dudas, uno de los autores que llevaron a cabo un trabajo más sistemático y riguroso sobre esta cuestión es Bob Altemeyer. Sus libros *Right Wing Authoritarianism* (1981) y *Enemies of Freedom* (1988) suponen una contribución importante al estudio de este tema.

Altemeyer reconoce el valor y la trascendencia que tuvo el trabajo del grupo de Berkeley. Sin embargo, va a mostrarse crítico con el marco teórico en el que aquellos se movían.

Para Altemeyer no van a ser las fuerzas inconscientes o las primeras experiencias de la infancia, tal y como se señala desde la perspectiva psicoanalista, las responsables de la personalidad autoritaria. Ese tipo de personalidad y los comportamientos a los que da lugar, se explicarían por el aprendizaje social. Conceptos como modelamiento, estímulos aversivos, etc., serán los responsables del autoritarismo. Como puede observarse, Altemeyer es deudor de las contribuciones de Bandura.

Al margen de esa discrepancia en el terreno teórico, el planteamiento de Altemeyer guarda, según nuestra opinión, muchos puntos en común con el de Adorno y colaboradores. Así Altemeyer, al igual que hicieron los autores de *La Personalidad Autoritaria*, se centran en el estudio del autoritarismo de derechas. La razón que da para ello, que esas creencias suponen la mayor amenaza para las democracias occidentales, es prácticamente idéntica a la enunciada en su momento por el grupo de Berkeley para justificar el estudio del antisemitismo y fascismo.

Para la medida del autoritarismo de derecha, Altemeyer elabora la escala RWA (Right Wing Authoritarianism). Las dimensiones que configuran esta escala son: sumisión autoritaria, agresión autoritaria y convencionalismo. Por tanto, Altemeyer propone un planteamiento mucho más parsimonioso del síndrome de autoritarismo. Sólo tres de los nueve factores que había apuntado el grupo de Berkeley, serían relevantes para la medición del autoritarismo.

Para conocer la validez de esta nueva propuesta de medida del autoritarismo se llevaron a cabo diversos estudios que relacionaban las puntuaciones en la escala RWA con la ejecución de los sujetos en diferentes tareas. Esto posibilitó comprobar que los que obtenían las puntuaciones más elevadas en esta escala tenían una orientación de ley y orden e imponían, en situación de simulación de jurados, sentencias mucho más duras. Los sujetos altos en RWA también eran los que daban las descargas eléctricas de mayor intensidad en los experimentos de obediencia a la autoridad similares a los de Milgram. Finalmente, se puso de manifiesto que las puntuaciones en la escala RWA correlacionaban positivamente con actitudes prejuiciosas y con la preferencia por los partidos políticos de derecha. Todos estos datos apoyan la validez de la escala elaborada por Altemeyer.

Como ya señalábamos al hablar de los estudios sobre la validez de la escala F, uno

de los autores que en los últimos años está realizando una labor más interesante y fecunda en el estudio del autoritarismo es Jos Meloen. En lugar de lanzarse a la construcción de nuevas escalas de autoritarismo o de nuevas formulaciones teóricas, Meloen analizó meticulosamente todos los estudios realizados sobre *La Personalidad Autoritaria* así como los nuevos planteamientos que se iban generando. Una de las tareas que se propuso este autor fue analizar la escala F y la RWA. Después de un exhaustivo estudio de esta cuestión, Meloen (1993) concluye que la escala de Altemeyer tiene una ligera ventaja sobre la del grupo de Berkeley, pero que esa diferencia entre ambos instrumentos de medida no resulta lo suficientemente importante como para invalidar o marginar el uso de la escala F.

Aunque no hayan tenido tanto impacto como el de Altemeyer, creemos que es de justicia dedicar unas líneas al trabajo de otros autores que en los últimos años, y en una época en la que por diversos motivos este tipo de cuestiones no gozaron de mucha popularidad en el ámbito académico, continuaron con la labor de tratar de conocer las claves del autoritarismo.

Como acabamos de destacar, una de las personas que está realizando un trabajo importante es Jos Meloen de la Universidad de Leiden. Meloen realizó una de las revisiones más completas que existen sobre el autoritarismo y, en concreto, sobre la escala F. Su objetivo era conocer si esos conceptos e instrumentos de medida siguen siendo actualmente vigentes y si permiten explicar el incremento de los sentimientos neo-nazis que se observa en determinados países europeos.

Actualmente Meloen está desarrollando un ambicioso proyecto transcultural relacionando el autoritarismo con las actitudes hacia el multiculturalismo, etnocentrismo, igualitarismo, etc.

Al igual que sucede en Holanda, en Alemania también se ha producido un renovado interés por el estudio del autoritarismo. Lederer (1981), una de las autoras más destacadas en este ámbito, elaboró una escala de autoritarismo, NGAS (New General Authoritarism Scale). Una versión reducida de esta escala, compuesta únicamente por cuatro ítems, ha sido utilizada con éxito en la predicción de preferencias partidistas y en las simpatías hacia movimientos de extrema derecha.

Los estudios anteriores ponen de manifiesto que estamos asistiendo a un nuevo resurgir en el estudio del autoritarismo. La reaparición de movimientos neonazis y de discursos que tienen como finalidad justificar la intolerancia y la agresividad hacia los otros, obliga a los científicos sociales a analizar de nuevo estas cuestiones para poner al descubierto su dinámica y denunciar este tipo de actitudes y comportamientos.

CAPÍTULO 4

LIDERAZGO POLÍTICO

4.1. Introducción

En las primeras líneas del capítulo dedicado al concepto de liderazgo, Verba (1968) afirma:

> "el liderazgo ha sido durante largo tiempo una preocupación central dentro del estudio de la política. A partir de la búsqueda en el pensamiento político clásico del jefe ideal hasta los actuales intentos de diseñar la estructura de la 'élite' de una comunidad o nación moderna, el problema de identificar a los jefes y describir sus características ha constituido la esencia del análisis político" (p. 148).

Ese comentario de Verba ilustra la atención que desde siempre se ha prestado al estudio del liderazgo.

El interés que despierta este tema va parejo con la variedad de puntos de vista y perspectivas que existen sobre el mismo. La pluralidad de enfoques que podemos encontrar en relación al liderazgo es lógica, dado los múltiples contextos, momentos, grupos, estilos, etc., en los que el liderazgo se manifiesta. Ello provoca que existan, como veremos posteriormente, distintas teorías que tratan de informar sobre este fenómeno. Pero como tantas veces ocurre en las ciencias sociales, el problema no radica en que esas formulaciones sean erróneas, sino en que dan una visión parcial e incompleta de la realidad. Pero antes de entrar en esas cuestiones, haremos una breve referencia a aspectos relativos a su definición.

4.2. Definición de liderazgo

Katz (1973) afirma que el liderazgo es el proceso por el que un individuo ejerce consistentemente más influencia que otros en la ejecución de las funciones del grupo. En una línea muy similar McFarland (1969) señalaba que el líder es el que hace que sucedan cosas que de otro modo no sucederían. Junto a esto, Katz nos recuerda que esa influencia no puede limitarse a unas pocas ocasiones o acciones, sino que debe tener una perdurabilidad en el tiempo. Ello provoca que el papel del líder sea predecible, en el sentido que le concedemos capacidad de incidencia sobre un grupo determinado y por un período temporal más o menos amplio. Finalmente, y como quedó explicitado en la

afirmación anterior, el líder es una persona que ejerce su influencia sobre un grupo más o menos numeroso de personas.

Estos comentarios nos brindan una primera aproximación a lo que se entiende por liderazgo. Pero detrás de la presunta sencillez de esos planteamientos, hay toda una variedad de posiciones reflejo de los debates y controversias existentes en relación a este fenómeno.

García (1991) se remite a los trabajos de Stogdill (1974) y Bass (1981) para señalar las distintas categorías en las que pueden encuadrarse las diferentes definiciones que se han dado sobre el liderazgo. Las categorías son las siguientes:

— *Como actividad y proceso de grupo*. En este caso, el liderazgo se analiza y plantea en relación a la estructura y proceso del grupo.
— *Como tipo de personalidad*. Esta clase de aproximaciones al liderazgo tratan de poner de manifiesto la existencia de determinadas características y rasgos de personalidad que favorecen la aparición de individuos con capacidad de liderazgo.
— *Como la capacidad de provocar obediencia*. Desde esta óptica se destaca la capacidad del líder para obtener conductas de sumisión por parte de sus seguidores. Tampoco aquí interesan los deseos, expectativas, etc., de los sujetos, sino simplemente la voluntad del líder.
— *Como ejercicio de influencia*. La consideración del liderazgo no es, en esta situación, unidireccional. Se reconoce la existencia de otros individuos con opiniones diferentes a las del líder, pero éste último, a través de las características que le hacen merecedor de ese rol central que ocupa, influye sobre las opiniones de aquellos.
— *Como conducta*. Aquí se trataría de plantear definiciones que permitiesen alcanzar medidas objetivas de los rasgos de los líderes.
— *Como forma de persuasión*. De acuerdo con los autores que plantearon las categorías que estamos analizando, esta forma de entender el liderazgo no ha sido muy popular.
— *Como relación de poder*. Resulta bastante obvio que el liderazgo supone una relación de ascendencia y poder del líder sobre sus seguidores. El recurso a la utilización abierta de ese poder por parte del líder, junto con las consecuencias indeseables que en muchas ocasiones ese poder ha provocado, lleva al rechazo, por parte de muchos autores, del liderazgo autoritario.
— *Como instrumento para el logro de metas grupales*. En algunas definiciones el líder es considerado como elemento fundamental que cohesiona, anima y motiva al grupo cara a la consecución de objetivos comunes.
— *Como resultado del proceso de interacción*. De acuerdo con las definiciones que se incluyen en esta categoría, el liderazgo sería el resultado de un proceso de interacción entre el líder y los seguidores, y no el fruto de las características personales de determinados individuos que acaban imponiéndose sobre los

demás.

— *Como rol diferenciado*. El liderazgo es concebido como un instrumento para alcanzar determinados objetivos, que tiene su origen en el proceso de interacción entre los miembros del grupo y significa un rol diferenciado.
— *Como iniciación y mantenimiento de la estructura de rol*. El liderazgo se define en función de las dimensiones que aumentan la diferenciación y mantenimiento de las estructuras de rol en los grupos.

De lo anterior se deduce que existen múltiples maneras de contemplar el liderazgo. Algunas de las aproximaciones a este tema han considerado, entre otras, las siguientes dimensiones: los aspectos estructurales del grupo, la función que el líder desempeña en esa estructura, la dinámica grupal e interactiva de los grupos como responsable de la aparición del liderazgo, los rasgos de personalidad del líder, el tipo de influencia/poder que los líderes ejercen sobre sus seguidores, o los efectos facilitadores que tiene el líder para la consecución de los objetivos del grupo. Todo ello provoca que, en ocasiones, los estudios sobre el liderazgo parezcan más una amalgama de trabajos que una línea de investigación coherente; característica ésta que, lamentablemente, suele estar presente en otros temas que se abordan desde distintas ciencias sociales. Además, no debemos olvidar las concepciones tan dispares que existen sobre la naturaleza del liderazgo, tal y como se pone de manifiesto en las teorías de los rasgos de personalidad *versus* las teorías de la interacción líder-seguidores.

Por los objetivos del presente capítulo, es conveniente que nos detengamos un momento a analizar las posibles diferencias entre el liderazgo político y otros tipos de liderazgo. La cuestión, planteada en términos muy elementales, es la siguiente: ¿tiene el liderazgo político rasgos específicos que lo diferencien de otros tipos de liderazgo o, por el contrario, es similar a ellos?

Katz (1973) señala que existen diferencias claras entre el liderazgo político y otros tipos de liderazgo. Esas diferencias se manifiestan no solamente en los ámbitos en los que uno y otros tienen lugar, sino también, y esto es lo más importante, en las metas que se persiguen. En este sentido, Katz alude a dos grandes objetivos que tienen una naturaleza claramente política. En primer lugar, estaría la reformulación o cambio en las metas grupales. Esto podría dar lugar a dos tipos de actuaciones por parte del grupo: apoyo al sistema vigente o intento de modificación del mismo. El segundo objetivo, sería la distribución de recursos y recompensas que puede implicar o no el cambio en el sistema. El liderazgo político se referiría, pues, a dos grandes áreas de actuación: definición de políticas grupales y distribución de recursos. Por esa razón, el liderazgo político puede encontrarse también en otras esferas que no sean la de los partidos políticos o la gubernamental.

Siguiendo esta misma línea argumental, podría hablarse de ámbitos y formas de incidencia en las que no cabe el liderazgo político. Una de ellas sería la relacionada con la burocracia. En la medida que el desempeño de esa función responda a la aplicación mecánica de políticas diseñadas en otras instancias, no hay posibilidad de que se

produzcan conductas propias de liderazgo político. Katz (1973) es rotundo en este aspecto:

> "seguir las reglas del juego no requiere liderazgo político, pese a que el seguidor de esas reglas esté en una posición de autoridad. Las reglas pueden ser injustas, pero es su formulación y extensión o modificación, no su ejecución, lo que es político" (p. 205-206).

El segundo ámbito en que no cabe hablar de liderazgo político es el poder de experto. Efectivamente, en este caso el experto aporta su conocimiento para que otras personas o grupos tomen decisiones, pero no es él quien decide sobre la distribución de recursos o políticas a seguir por un colectivo.

4.3. Modelos teóricos sobre el liderazgo

Hermann (1986b), después de revisar las principales formulaciones teóricas sobre el liderazgo, concluye que de todas se extraen cuatro imágenes. Una de ellas es la del "flautista de Hamelin". Para estas teorías, el líder es la causa primera y última. Todo gira y se explica en relación a las características y rasgos de personalidad de las personas que asumen ese rol. El líder, al igual que hacía el flautista de Hamelin, utiliza sus recursos para conducir a sus seguidores por el camino que desea. Las teorías sobre "el gran hombre" y los rasgos del líder son representativas de esta imagen que estamos comentando.

La teoría del "gran hombre" tiene todavía cierta vigencia en la mentalidad popular. A ello no son ajenas, por supuesto, distintas concepciones científicas que, en su momento, apostaron por concebir al líder como una persona con capacidades innatamente superiores al resto de sus conciudadanos, lo que le proporcionaba la capacidad para erigirse en líder.

Si se asume que el líder llega a serlo por la concurrencia en esa persona de una serie de características y rasgos de personalidad, el siguiente paso sería analizar cuáles serían esos rasgos que los diferencian del resto de sus conciudadanos. Con esta finalidad, se llevaron a cabo distintos estudios que consideraron variables tanto de tipo físico (altura, apariencia, edad, etc.) como psíquico (dominancia, autocontrol, introversión-extroversión, etc.). Los resultados obtenidos en esas investigaciones aparecen perfectamente resumidos en el siguiente comentario de García (1991):

> "De forma general se puede decir que las investigaciones psicológicas que han revisado esta aproximación al problema están de acuerdo en que la medición de los factores de personalidad no ha demostrado ser muy útil para la elección de líderes. Este enfoque apenas ha encontrado apoyo; no parece haber un conjunto universal de rasgos que distinga a los buenos líderes de los malos y de los que no lo son; además, la situación juega un papel muy importante. No es que se niegue la importancia de tales rasgos, sino que se supedita a las demandas de la situación de cada momento" (p. 12).

Una imagen totalmente opuesta a la anterior, es la del líder como vendedor. Ahora el líder no va a imponerse, dadas sus especiales cualidades, a sus seguidores, sino que los atraerá identificándose con los problemas, deseos y expectativas que aquellos tienen planteados, y ofreciéndoles una solución a los mismos. El liderazgo aquí depende no ya de un único sujeto, el líder, sino del tipo de relación que se establezca entre el potencial líder y sus seguidores. Es esa interacción líder-seguidores la que produce la aparición del liderazgo, que será considerado, pues, como resultado de un intercambio.

Una de las teorías del liderazgo que pone el énfasis en los aspectos de interacción, es el enfoque transaccional. Siguiendo las conocidas teorías del intercambio, Hollander (1978) afirma que el liderazgo hay que contemplarlo como el resultado de una transacción entre el líder y los seguidores. En esa transacción, ambas partes obtienen beneficios. En palabras de este autor:

> "Este intercambio social, o enfoque transaccional al liderazgo, incluye un comercio de beneficios. El líder proporciona un beneficio al dirigir el grupo de forma alentadora hacia unos resultados deseables. Por tanto, una persona que satisface el rol de líder es normalmente apreciada.
>
> A cambio, los miembros del grupo proporcionan al líder status y los privilegios de autoridad asociados al mismo. El líder tiene mayor influencia y prestigio. Sin embargo, la influencia no es de un sentido. Como parte del intercambio, los seguidores pueden mantener la influencia y hacer peticiones al líder. La solidez de la relación depende de una cierta condescendencia a la influencia por ambas partes" (1978, p. 7).

De acuerdo con esta concepción, el papel del líder variará en función de los distintos objetivos que vaya persiguiendo el grupo. En ese beneficio común, al que antes nos referíamos, el líder brinda al grupo cohesión, al tiempo que facilita la consecución de las metas que éste tiene planteadas. Por su parte, el grupo reconoce y gratifica la labor de liderazgo.

Graen (1976) elaboró una teoría, el intercambio diádico vertical, que supone una profundización en algunos de los aspectos de la teoría general del intercambio. Graen plantea que estudiar la relación líder-seguidores, considerados estos últimos en general, puede conducir a resultados erróneos, ya que el líder establece relaciones diferenciadas con las distintas personas que le apoyan. En concreto, siempre hay un grupo de personas que tienen un trato mucho más próximo al líder. En este sentido el tipo de intercambio debe ser necesariamente diferente dependiendo de esa mayor o menor proximidad. Por este motivo, Graen plantea estudiar la díada vertical y no el grupo o el individuo.

Una tercera imagen que se desprende de las teorías del liderazgo es, según Hermann, la de marioneta. El líder es visto como alguien a merced del grupo. Son los seguidores los que señalan el tipo de acción que se debe emprender y el modo de llevarla a cabo. De acuerdo con Hermann, "el líder es el agente del grupo, refleja las metas del grupo y trabaja en su nombre" (p. 168). El liderazgo, en este caso, se analiza desde la perspectiva de los seguidores, son éstos los que califican a alguien como líder o no. Por ello, se afirma que el liderazgo reside no tanto en la persona a la que se califica de tal

modo, como en los ojos de quien observa.

Finalmente, otras aproximaciones brindan una imagen del liderazgo muy parecida a la de "apaga fuegos". Desde esta óptica, el liderazgo hay que entenderlo en función no únicamente del estilo del líder, sino también de las condiciones del medio, de sus limitaciones y exigencias. En esta categoría se encuadran las teorías de la contingencia. Dentro de estas últimas, nos gustaría hacer un comentario sobre el modelo de contingencia.

El modelo de contingencia en el liderazgo fue planteado por Fiedler. Para este autor, el liderazgo efectivo depende de la relación que se establezca entre dos factores: el estilo del líder y el grado de favorabilidad de la situación. En la evaluación de la situación se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

a) Tipo de relación existente entre el líder y los seguidores.
b) Estructura de la tarea.
c) Posición del líder.

En aquellas casos en que la relación entre ambos miembros de la díada sea buena, la tarea esté claramente estructurada y la posición del líder sea fuerte, el liderazgo será fácil.

Dado el tipo de planteamiento que se realiza desde el modelo de contingencia, no cabe hablar de líderes positivos o negativos en términos absolutos. La eficacia o bondad de un liderazgo será el resultado de la combinación de dos aspectos concretos: el propio estilo del líder por un lado, y el contexto por otro. Esto quiere decir que una persona puede reunir las características necesarias para liderar a un grupo en un momento determinado, y en cambio ser ineficaz en unas circunstancias diferentes.

La relación estrecha que debe existir entre líder y seguidores, hace que el liderazgo se presente como una tarea básicamente de dirección y coordinación de los esfuerzos del grupo cara a la consecución de diferentes objetivos. Esto introduce una distinción muy importante entre dos tipos de liderazgo y su efectividad. Uno de los hechos puestos de manifiesto de forma sistemática en el estudio de los grupos es la existencia de dos tipos de liderazgo: uno de ellos centrado exclusivamente en la realización de la tarea, y el otro preocupado por los aspectos emocionales y afectivos del propio grupo. Fiedler retoma esta distinción y afirma que los líderes centrados en la tarea son más efectivos en situaciones de alto o bajo control, y los líderes preocupados por las dimensiones relacionales del grupo resultan más eficaces en situaciones de control intermedio. En palabras de este autor:

> "En las condiciones muy favorables en que el líder tiene poder, apoyo informal y una tarea relativamente bien estructurada, el grupo está preparado para ser dirigido, y los miembros del grupo esperan que se les diga lo que tienen que hacer… En una situación relativamente desfavorable, de nuevo esperaríamos que el líder orientado a la tarea sea más eficaz que el líder considerado, que está interesado en las relaciones interpersonales… En situaciones que sólo son moderadamente favorables o moderadamente desfavorables para el líder, parece ser más eficaz una actitud considerada y orientada a la relación" (p. 147).

Hasta aquí hemos visto las que pueden considerarse principales imágenes del liderazgo político. Al igual que ocurre con otros muchos temas en las ciencias sociales, nos encontramos con varias teorías, en principio enfrentadas entre sí, que pretenden informar de un mismo tipo de hechos o realidad. A nuestro entender, la solución en estos casos no pasa por destacar una aproximación teórica sobre las demás, sino por considerar que todas ellas pueden ser, en mayor o menor medida, útiles ya que aportan información sobre un aspecto determinado del fenómeno objeto de estudio. Hermann (1986b) tampoco es partidaria de excluir ninguna de las aportaciones que se han realizado sobre esta cuestión, y por ello prefiere considerar al liderazgo como un concepto paraguas en el que tienen cabida diferentes tipos de variables que, combinadas entre sí, dan lugar a distintos tipos de liderazgo.

4.4. Factores intervinientes en el liderazgo

Por lo señalado en el punto anterior de este capítulo, parece obvio que en vez de hablar de una teoría sobre el liderazgo resulta más conveniente analizar las dimensiones que favorecen la aparición de este tipo de fenómeno. Creo que estaremos de acuerdo en que los principales factores intervinientes resultan ser:

a) Las características del líder.
b) Los seguidores y las relaciones entre éstos y el líder.
c) La situación en la que ese liderazgo tiene lugar.

4.4.1. Características del líder

Este es, sin duda, uno de los principales factores relacionados con el liderazgo. La personalización cada vez mayor que los medios de comunicación realizan de la vida política, ayuda de modo considerable a que este tipo de dimensiones sean en muchas ocasiones las más tratadas, en detrimento de otros aspectos fundamentales del liderazgo.

Atendiendo a las variables que tradicionalmente se han planteado en este ámbito, podríamos señalar que son siete las características que influyen en el liderazgo político. Estas características son:

1) Las creencias políticas básicas del líder.
2) El estilo político del líder.
3) La motivación del líder para buscar una posición de liderazgo político.
4) Las reacciones del líder al estrés y presión.
5) El modo en que ese líder llegó a una posición de liderazgo político.
6) La experiencia política previa del líder.
7) El clima político existente cuando inició su liderazgo.

Las dos primeras características personales, creencias y estilo político, tratan de poner de manifiesto cuáles serán las principales líneas programáticas a desarrollar por el líder y el estilo con que llevará a cabo su gobierno. En el primer caso, algunos autores, entre los que destaca George (1979), han tratado de desarrollar un código operacional que sirviese para poner de manifiesto las creencias ideológicas e instrumentales que valen de sustento a la acción de los líderes. En el estilo político, se tiene en cuenta el tipo de interacción que el líder establece con sus seguidores, así como la forma general de presentación ante los demás.

Otra variable por la que los autores que trabajan en esta área han mostrado desde siempre una especial debilidad, es la motivación para ejercer el liderazgo. En la década de los 30, Laswell había planteado que la principal motivación de los políticos es el amor al poder. Junto a ello, suele hacerse referencia a la búsqueda de estatus y reconocimiento, el espíritu de servicio a la comunidad, la necesidad de lograr el aprecio de los otros, etc. Barber se ha interesado en conocer las claves del comportamiento de los políticos. En un trabajo de 1965 analizó el comportamiento de distintos legisladores en relación a los diferentes motivos que tenían para participar en el mundo de la política. Las conductas identificadas por Barber fueron: anunciante, espectador, desganado y legislador. A esas conductas le correspondían respectivamente, según Barber, los siguientes motivos: estatus y reconocimiento, necesidad de aprobación, sentido de obligación y búsqueda de poder.

El tipo de trabajo al que se enfrentan los líderes políticos, con la existencia constante de incertidumbre y conflictos entre partes, es especialmente propicio a las situaciones de estrés. En la literatura psicológica existen numerosos estudios que muestran las consecuencias negativas que produce el estrés en los procesos de toma de decisión política. Por tal razón es de gran importancia conocer la reacción de los líderes ante esas circunstancias.

Las últimas características de personalidad se refieren a la historia pasada de los líderes políticos. Este tipo de información es de gran utilidad para relacionar esas primeras experiencias políticas con el desempeño posterior. En Psicología Política existe una importante línea de investigación psicobiográfica sobre las principales figuras políticas.

Antes de finalizar este apartado dedicado al líder, y como posible contrapunto a las características personales del mismo, no podemos dejar de citar otra cuestión de gran relevancia como es la referida a los aspectos conductuales y, más concretamente, a las relaciones interpersonales del líder. Esta línea de investigación centrada en las habilidades sociales esta siendo desarrollada en nuestro país por los profesores García y Gil. Así, García (1991) señala las principales implicaciones de la aproximación de las habilidades sociales al liderazgo:

1) *Las habilidades sociales se consideran como capacidades y conductas aprendidas*. En este sentido, por tanto, se destaca el comportamiento de los líderes y su competencia para el aprendizaje de conductas útiles frente a las

tesis, socialmente muy extendidas, del carisma.

2) *Especificidad situacional de las habilidades sociales del líder*. Este punto trata de destacar la importancia de la situación, uno de los elementos determinantes de la conducta y que con excesiva frecuencia es olvidado o marginado por los científicos sociales deslumbrados por las tesis disposicionistas. En este sentido para que una conducta sea eficaz debe ser adecuada al contexto.
3) *Posibilidad de entrenamiento de las habilidades sociales*. En este caso lo que se destaca es la referencia a la intervención. El enfoque de las habilidades sociales enfatiza la capacidad de los sujetos para adquirir conductas socialmente eficaces en diferentes contextos.
4) *Identificación de las habilidades sociales de los líderes*. Es obvio que si hablamos de entrenamiento, debemos conocer qué tipo de conductas debemos tratar de fomentar. Dado que el objetivo es lograr que el líder resulte más positivo para la audiencia, tenemos que identificar qué tipo de comportamiento o habilidades resultan más valoradas y apreciadas por los potenciales seguidores. Una vez que se obtenga esa información, ya podemos iniciar el entrenamiento del líder.

4.4.2. Líder y seguidores

Partamos de un hecho evidente: los líderes existen porque tienen seguidores. Al margen del liderazgo carismático, al que después aludiremos, puede decirse que los líderes necesitan esforzarse por mantener a esas personas y grupos que les permiten ocupar lugares socialmente destacados. Efectivamente, dado que su fuerza y sus posibilidades de promoción y/o mantenimiento en posiciones políticas de primer orden dependen del número e importancia de sus seguidores, una de sus tareas fundamentales es la relación con esos grupos de apoyo.

La tarea del líder consiste en hacer compatibles la satisfacción y expectativas de sus grupos de seguidores con sus propios intereses y las exigencias del puesto que en un momento determinado puede estar ocupando. Para realizar esa labor y mantener cohesionados a sus seguidores, el líder necesita llevar a cabo las siguientes funciones:

1) Formar coaliciones.
2) Establecer la agenda y diseñar la política a seguir.
3) Inspirar entusiasmo.
4) Formar y mantener una imagen.
5) Seleccionar y desarrollar un equipo efectivo.
6) Reunir información.
7) Realización y ejecución de tareas y proyectos.

Tal y como se desprende de ese listado, una de las tareas del líder es señalar a sus seguidores cuáles son los grandes temas y los objetivos a conseguir.

Para que las metas del grupo sean alcanzables, es preciso contar con el apoyo del mayor número posible de personas. Por esa razón, es necesario que el líder motive y fomente la participación de sus seguidores en todas cuantas iniciativas se puedan tomar. La creación de un discurso en el que se afirme la existencia de agravios comparativos para el grupo y las expectativas de éxito favorable para las acciones que se emprendan, resulta necesario para favorecer una mayor implicación de los seguidores.

Además de las tareas anteriores, el líder debe también preocuparse por crear una imagen que responda a lo que desea ofrecer a los ciudadanos. La mayoría de la población tiene un conocimiento indirecto, normalmente a través de los medios de comunicación de masas, de los líderes. Por tal motivo, resulta de suma importancia tratar de controlar la imagen que esos medios están transmitiendo sobre esos personajes. Los gabinetes de imagen y prensa de las distintas formaciones políticas persiguen, entre otros, ese fin.

Además de contar con un buen equipo que proyecte, en las distintas funciones que el líder les encomiende, la imagen que éste quiere transmitir a los ciudadanos, el liderazgo debe asentarse en un conocimiento profundo y exhaustivo de lo que sucede y preocupa en el entorno. No se debe desaprovechar ninguna ocasión para prestar atención a las diferentes opiniones y sensibilidades que existan en relación a los temas más diversos. De esta manera el líder irá tomando el pulso a la manera de pensar, a los deseos, aspiraciones, etc., de aquellos a los que pretende representar.

Finalmente, la realización de políticas concretas ayuda a esa relación entre líder y seguidores. La ejecución de proyectos es la consumación de aspiraciones compartidas entre el líder y los seguidores. Al mismo tiempo, permite evaluar el grado de cumplimiento de promesas hechas en el pasado, las dificultades surgidas durante ese tiempo, los rivales políticos que se enfrentaban a esas medidas, los pasos a dar en el futuro inmediato, etc.

Por su parte, los seguidores también actúan directamente sobre esa relación. En algunos casos esos seguidores establecen una identificación tan estrecha con el líder que justifican todo error o equivocación que éstos puedan cometer. Un concepto que se utiliza con frecuencia en este ámbito es el de "créditos idiosincráticos", para referirse al hecho de que los líderes pueden realizar conductas no aprobadas sin que por ello los seguidores dejen de estimarlos o apoyarlos.

Un último aspecto que queremos mencionar en este apartado es el del carisma. Es cierto que el tema del carisma podría ser abordado en relación a las características del líder, pero dado que en esta cuestión es fundamental la percepción que tengan los seguidores, preferimos tratarlo en este momento.

El líder carismático está lo suficientemente próximo a un grupo como para lograr que éste se identifique con él, pero al mismo tiempo resulta distante de ese grupo en cuanto que es considerado como alguien único y excepcional. Intentando operativizar ese carisma, y siguiendo a Katz (1973), se podrían señalar dos aspectos de ese rasgo de

personalidad. En primer lugar, los sentimientos enfrentados que provoca. Efectivamente, un líder carismático cuenta con apasionados defensores y enfervorizados detractores. En segundo lugar, el líder carismático es juzgado de manera extremadamente positiva por sus seguidores, no se le reconoce ningún defecto, todas son virtudes. Esto último estaría relacionado con el aura mágica que según Weber caracteriza a este tipo de líder.

Este tipo de liderazgo precisa que exista una cierta distancia entre el líder y los seguidores. El desconocimiento, provocado por la distancia, permite cubrir las sombras de la persona admirada con las características que deseamos que posea. Además, dado que el líder solo aparecerá ante nosotros en situaciones especiales y especialmente preparadas para reforzar su estatus, su carisma se ve continuamente reforzado.

Otras explicaciones sobre el liderazgo carismático recurren a conceptos y/ o principios psicoanalíticos. Uno de ellos alude a que el liderazgo carismático simboliza las soluciones de conflictos internos de los seguidores. En lugar de analizar sus motivos profundos, las personas buscan la liberación de sus conflictos proyectando sus temores, deseos, etc., sobre algunos objetos sociales lo que les permite una solución simbólica. El líder carismático proporciona esa solución simbólica, tanto a través de su personalidad como de su programa (Katz, 1973).

La dependencia del padre o la identificación con el agresor es otro de los mecanismos psicológicos a los que se ha recurrido para explicar el liderazgo carismático. Para que se produzca esa identificación es necesario que se den dos condiciones:

1) El agresor debe tener un poder muy superior al de los otros.
2) La persona debe sentir que es incapaz de escapar a ese poder.

Es por esta razón, por la que este tipo de liderazgo es mucho más frecuente en los regímenes autoritarios.

Por último, y como ejemplo de que el liderazgo carismático no siempre responde a conflictos internos en los seguidores, cabe mencionar un factor de distorsión perceptiva. El deseo de los seguidores de ver alcanzadas sus metas y deseos, puede provocar que magnifiquen el poder del líder. Cuanto más poder tenga ese líder, más fácil les será a ellos también conseguir sus propósitos. Por tal motivo la auténtica capacidad de incidencia del líder puede verse modificada en el sentido de los deseos de sus seguidores.

4.4.3. El contexto

La personalización de la vida política lleva a que en numerosas ocasiones los análisis en este terreno tengan en cuenta exclusivamente las características psicológicas de los actores, olvidando el contexto y situación donde tiene lugar la conducta. Sin embargo, y como destacados psicólogos sociales y políticos han afirmado en reiteradas ocasiones, el contexto es de fundamental importancia para comprender el tipo de comportamiento que se emite.

Todo contexto implica una serie de limitaciones y de demandas. Conocerlas supone, pues, saber qué tipo de comportamiento cabe esperar de los sujetos. En el campo del liderazgo político existen una serie de factores del contexto que determinan el tipo de liderazgo que puede ser ejercitado en un momento dado. Algunos de esos factores son: existencia y naturaleza de reglas formalizadas para la toma de decisiones políticas, el grado de responsabilidad con los electores, la fuerza y tipo de oposición, la naturaleza de las creencias sociales compartidas, los recursos disponibles del líder y las características de la época en que tiene lugar ese liderazgo.

La existencia de normas y reglamentos para la toma de decisiones políticas nos proporciona el marco de juego en el que se desenvuelven los líderes políticos. Esas normas establecen claramente cuáles son los límites de su capacidad de actuación y de su poder. En las sociedades democráticas, y con el objetivo de evitar abusos por parte de alguna instancia de poder, se elaboran normas cuya finalidad es contrapesar la influencia de determinadas personas y/o instancias de gobierno y hacer un seguimiento crítico de su gestión.

Otro determinante claro en la actuación del líder es el tipo de grupos y/o personas que lo sustentan. Esto es, para alcanzar una posición de liderazgo es preciso el concurso de grupos y personas apoyando al candidato. Una vez que se logra la meta deseada, esa persona debe satisfacer las expectativas y demandas de aquellos que hicieron posible su triunfo. Dicho de forma más sencilla, el elegido se debe a sus electores. Si no actuase de acuerdo con los deseos de aquellos que le apoyaron, podría encontrarse con dificultades para continuar en el desempeño de su puesto. Frente a esas presiones el líder tratará de obtener una mayor autonomía, y una forma de conseguirlo es prestigiando su liderazgo, de tal manera que su figura se convierta en imprescindible para el grupo. Así será el líder el que influya sobre el grupo, y no al revés.

El liderazgo también se ve influido por el tipo de oposición existente. Si los grupos que plantean una política o gestión alternativa al líder tienen fuerza suficiente, éste no tendrá otra salida que proponer una estrategia de negociación, de pactos y acuerdos.

Otro de los factores del contexto que se apuntó previamente, es el sistema de creencias imperante en una comunidad en un momento determinado. El líder debe sintonizar con esas creencias de la población. Muchas de ellas se refieren al sistema político, al tipo de líder deseado y a las relaciones que debieran existir entre la población y los líderes. Obviamente, esos planteamientos no son estáticos, sino que cambian con el tiempo. El líder debe ser consciente de ello y proponer un tipo de liderazgo que coincida con lo que espera el conjunto de la población.

Las posibilidades de acceso que se tenga a los recursos, influye también en el tipo de liderazgo que se plantea. Si el líder tiene acceso directo a importantes recursos, y sin necesidad de negociar con nadie, puede mantener sus posiciones con más firmeza y rotundidad. Pero si, por el contrario, sus decisiones deben ser aprobadas por otros órganos de gobierno, como consejos, parlamentos, juntas, etc., tendrá que adoptar una postura más negociadora y un talante más flexible.

Por último, hay que mencionar las características de la época en la que se plantea

ese liderazgo. El tipo de líder que se requiere en un época de paz social es completamente diferente al que es preciso en tiempos de conflicto y tensión. Del mismo modo, el liderazgo será completamente distinto en momentos de esplendor económico que en etapas de limitación de recursos.

Como se desprende de lo anterior, es un grave error hablar de liderazgo sin hacer referencia al contexto. Pese a la importancia que se le concede a las características personales del individuo a la hora de explicar el liderazgo, en este apartado hemos intentado poner de manifiesto que esas características deben tener siempre como referente la situación en la que ese fenómeno tiene lugar.

CAPÍTULO 5

SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

5.1. Introducción

"Las ideas políticas –como el consumo de cigarrillos y de bebidas alcohólicas– no aparecen de repente cuando uno cumple los dieciocho años". Esta frase que sirve de inicio al capítulo de Niemi (1973) sobre socialización política, ilustra claramente la importancia que tienen los primeros años de vida en el proceso de socialización política. Pero siendo esto cierto, no debemos olvidar que realmente el proceso de socialización no se limita a esa etapa del desarrollo. Toda experiencia y acontecimiento en el que se vea implicado el sujeto, tiene capacidad para incidir sobre su percepción, representación y configuración del mundo social y político. Por este motivo, se puede afirmar que el proceso de socialización no sólo cubre una etapa muy concreta del desarrollo humano, sino que abarca todo el proceso vital de las personas.

La socialización política, que forma parte del proceso más amplio de socialización, hace referencia a dos fenómenos que unas veces son abordados de forma complementaria y otras de modo independiente. Esos aspectos son los de desarrollo de sistemas políticos y desarrollo de la identidad política de los individuos.

Desde la primera aproximación, el objetivo será conocer cómo las actitudes, creencias, conocimiento político, modelos de comportamiento, tendencias conductuales, etc., de los ciudadanos influyen en el sistema político. La definición de Dawson *et al*. (1977) de socialización política, entendida como "el proceso por el que los ciudadanos adquieren opiniones políticas que tienen consecuencias para la vida política de la nación" (p. 14), se encuadraría dentro de esa primera perspectiva o manera de entender la finalidad de la investigación sobre socialización política.

Percheron (1978) también se enfrenta a la definición del concepto de socialización política, y lo hace de la siguiente manera:

> "como el conjunto de procesos gracias a los cuales todo nuevo miembro de un sistema: 1. Se crea una cierta representación de su sociedad y de su sistema político; 2. Aprende a conocer los valores que constituyen el fundamento de la cultura política de dicha sociedad y compartir al menos cierto número de ellos; 3. Adquiere información sobre las normas, reglas, instituciones y estructuras de autoridad, y 4. Constituye todo un conjunto de actitudes que, más tarde, serán fundamento de su comportamiento político" (p. 244).

En esta definición de Percheron se intenta una integración de los dos aspectos de la socialización comentados anteriormente, aunque se destaca, de modo especial, la vertiente individual del proceso de socialización.

Pero sin lugar a dudas, una de las definiciones que subraya el punto de vista individual de la socialización, obviando el sistema político, es la que nos proporcionan Dawson *et al*. (1977). Para estos autores la socialización política hay que entenderla:

> "como los procesos a través de los cuales un individuo adquiere sus orientaciones políticas particulares –sus conocimientos, sentimientos y evaluaciones respecto de su mundo político–" (p. 33).

Una vez realizada esta breve introducción al tema, pasemos a comentar algunas notas históricas sobre la investigación en socialización política.

5.2. Una breve nota histórica

Estudios como los de Merriam en la década de los 30 sobre la creación de actitudes cívicas, o los de Hollingshead en los 40 sobre la percepción de la clase social y raza de los jóvenes, constituyen ejemplos claros de trabajos de socialización política. Sin embargo, parece ser ampliamente aceptado que es a partir de la obra de Hyman (1959), titulada *Political Socialization*, cuando se inicia de modo directo y continuado el estudio de la socialización política. Niemi (1973) menciona además del trabajo de Hyman, los de Easton y Hess y Greenstein, que se dedican a analizar la idealización de los conceptos políticos de los jóvenes.

Siguiendo con la relación de Niemi sobre los diferentes trabajos y ámbitos de estudio que se van desarrollando, hay que mencionar la existencia de diversas investigaciones realizadas en los 60 que tienen como finalidad conocer cuáles son los determinantes de las actitudes que mantienen los sujetos. En ese sentido se va a prestar una atención especial a la contribución de los diferentes agentes de socialización, entre los que, obviamente, destaca la familia.

En la década de los 70 se llevan a cabo diferentes estudios que tienen como objetivo conocer pautas y comportamientos característicos de distintos subgrupos de jóvenes de los Estados Unidos de América. Ello refleja el abandono de cierta actitud etnocéntrica que se había caracterizado por analizar de modo casi exclusivo a los jóvenes blancos y de clase media de ese país. Los trabajos realizados en otras naciones, permitieron también conocer qué rasgos de esta población podían ser generalizables.

Una de las líneas de investigación que tuvieron un mayor impacto fue la percepción de las figuras de autoridad política. Easton y Dennis (1969, p. 391-393), señalan cuatro fases:

— *Primera fase: Politización*. En esta fase los jóvenes son conscientes de que,

más allá de su familia y de la escuela, existen autoridades externas que requieren que se les respete y obedezca.

— *Segunda fase: Personalización*. Con la referencia a esta fase, Easton y Dennis aluden a que la autoridad se comprende mejor por las personas concretas que la ejercen que a través de entidades colectivas, como el parlamento o la judicatura, que resultan más abstractas para los jóvenes. Esta personalización parece estar motivada por las limitaciones cognitivas que presentan los sujetos de estas edades.

— *Tercera fase: Idealización*. Uno de los hechos más sobresalientes del estudio de Easton y Dennis es la idealización con la que los más jóvenes contemplan a las autoridades políticas. Contra lo que años más tarde puede pasar a ser la apreciación más general, los sujetos de esas edades confían en las autoridades políticas y las consideran justas y benevolentes.

— *Cuarta fase: Institucionalización*. En esta fase los individuos son capaces de comprender la naturaleza e importancia de las propias instituciones como entidades independientes de los individuos. Ese paso de la vinculación con las personas a la identificación con las instituciones, que supone la manifestación de un mayor desarrollo cognitivo, resulta obligado para el logro de un sistema democrático en donde las lealtades deben estar dirigidas a las instituciones y no a las personas que provisionalmente están al frente de ellas.

A la vista de las etapas anteriores, la pregunta que surge de manera inmediata es: ¿Hasta qué punto esas fases son generalizables a distintas muestras de sujetos? Easton y Dennis asumen que algunos de esos momentos en la socialización política son generalizables a cualquier tipo de joven, mientras que otros pueden no serlo. Para estos autores, la politización resulta universal y la personalización e institucionalización también deben serlo. Sin embargo, la idealización está más relacionada con ciertos grupos y sectores sociales.

El planteamiento de Easton y Dennis resulta bastante lógico. Aquellas fases que consideran universales son las más relacionadas con el desarrollo cognitivo del sujeto. Por el contrario, la idealización es una actitud hacia la autoridad y no está vinculada con la transformación del pensamiento de los individuos. Por esta razón, la idealización no puede considerarse como una etapa que exista en todo momento y lugar, sino que depende del tipo de relación que exista entre la autoridad y los ciudadanos. Sería absurdo, al margen de patético, que grupos sociales que permanecen en situaciones precarias por culpa de determinadas medidas adoptadas por los responsables políticos, mantuviesen actitudes de idealización respecto a esas autoridades. Así en muchas ocasiones en lugar de idealización algunos grupos mantienen actitudes de hostilización.

En la década de los 70 los investigadores van a mostrar su interés por temas como los grupos minoritarios y el sistema de valores. Para Rodríguez (1988), en ese momento los estudios sobre socialización política tienen las siguientes características:

1) La edad adulta va a ser también objeto de atención, en contra de la creencia de la década anterior que afirmaba que lo relevante eran los primeros años y que las posibilidades de cambio eran menores cuanta más edad tuviesen los sujetos.
2) Se analizan los efectos de los ciclos vitales y los de mentalidad de la época. Por lo que respecta a los ciclos vitales se desarrollan diversos estudios que tratan de identificar las características más definitorias de cada grupo de edad. Así, por ejemplo, se analizan las relaciones entre actitudes y edad, nivel de participación política y edad, etc.

   A diferencia de los ciclos vitales, que hacen alusión a diferencias individuales, la mentalidad de la época alude a experiencias o creencias colectivas que caracterizan a una época determinada y que ejercen una evidente influencia sobre las actitudes y comportamientos de los sujetos.
3) Se le concede una enorme trascendencia a todos aquellos hechos socio-políticos capaces de despertar el interés de la opinión pública.

En su revisión de los estudios sobre socialización política, Cadenas (1991) afirma que las diversas investigaciones responden a dos concepciones básicas del proceso de socialización. Por una parte, los planteamientos dominantes sobre el estudio de la socialización política se han centrado en la dependencia directa del individuo respecto de la sociedad y en la influencia específica de sus agentes sobre las creencias políticas de los niños y adolescentes. Esta primacía de la sociedad sobre el individuo queda patente, a juicio de Cadenas, en el siguiente texto de Cot y Mounier:

> "Para mantenerse, un sistema social debe formar su personal y suministrar los papeles sociales que lo componen. Debe inculcar a los individuos los valores, las actitudes y las orientaciones que les permitirán 'jugar' su papel político" (p. 279) (Cfr. Cadenas, 1991).

Frente a aquella posición mayoritaria, existiría otra

> "que coloca el acento en las interacciones del sujeto con los escenarios sociales donde éste se levanta dejando en lugar relevante el desarrollo cognoscitivo como proceso insoslayable a la hora de analizar la socialización política, así como cualquier otra actividad que concierna al ser humano" (Cadenas, 1991, p. 20).

Los autores que se mueven en esta orientación tienen principalmente como marco teórico de referencia los trabajos de Piaget y Kohlberg.

5.3. Marcos generales de la socialización política

En un intento de contribuir al análisis de las grandes orientaciones teóricas en socialización política, Merelman (1986) asume la tarea de comparar las consecuencias

que para la socialización tienen cuatro de las grandes teorías políticas: teoría de sistemas, teoría hegemónica, teoría pluralista y teoría del conflicto.

En la teoría de sistemas los actores son los líderes políticos, que son considerados como figuras justas y benevolentes, y los seguidores, que se caracterizan por su lealtad al sistema. Las actitudes de deferencia y respeto hacia la autoridad se desarrollarían en los jóvenes como un proceso psicológico normal, apoyado en los modelos positivos de autoridad que observa en la familia y en la escuela. Esa vinculación con la autoridad posibilita la existencia de un clima de apoyo general a la totalidad del sistema político, sus instituciones y representantes.

Merelman (1986) revisa diferentes trabajos para comprobar el apoyo empírico con el que cuentan varias de las hipótesis que se deducen de ese planteamiento teórico. Así, en lo que se refiere a la hipótesis del líder benevolente, los resultados parecen mostrar cambios significativos en la opinión que tienen los jóvenes en distintos momentos históricos sobre diversas figuras de autoridad. Esos datos llevan a Merelman a concluir que la hipótesis no se ve confirmada.

Por lo que atañe a la confianza política y a la evaluación de los líderes, se hacen precisas más investigaciones que permitan delimitar claramente la relación de estos aspectos con el proceso de socialización política. De todas las maneras, se alude a que es necesario contemplar la existencia de variables que pueden estar afectando la vigencia o no de esas formulaciones. Este es el caso de la pertenencia de los sujetos a diferentes grupos y sectores sociales.

La teoría hegemónica está íntimamente relacionada con las formulaciones marxistas y con el planteamiento de que las ideas de las clases gobernantes son las que dominan en los diferentes momentos históricos. Desde esta perspectiva teórica, el proceso de socialización tendría tres aspectos de interés: la manipulación en el proceso de socialización, el contenido y la calidad del aprendizaje político y los orígenes económicos de la socialización.

La teoría de sistemas y la teoría hegemónica comparten el supuesto de la influencia de agentes externos en el proceso de socialización. Sin embargo, desde la teoría hegemónica se afirma que eso responde a una estrategia deliberada y sistemática de influencia que es realizada por distintos agentes. Es en este sentido en el que se destaca la relevancia de la escuela y los medios de comunicación. En relación a la escuela algunas de la cuestiones que enfatizan los teóricos de la hegemonía son: la existencia de un curriculum que favorece los valores dominantes, la difusión de ideas que afirman la justicia del sistema social y que provoca la desmovilización política de los grupos socialmente menos favorecidos, y la presencia de un "curriculum oculto" consistente en prácticas y comportamientos educativos informales que refuerzan ciertos hábitos y valores sociales, tales como la competitividad, la sumisión a la autoridad, etc.

En el caso de los medios de comunicación de masas, los teóricos de la hegemonía también identifican un tratamiento informativo y formativo que favorece de manera clara a los intereses sociales, políticos y económicos de la clase dominante. Los trabajos de Schlesinger (1978), respecto al trato privilegiado que la BBC da al sector protestante

frente al católico en el conflicto irlandés, y el de Gitlin (1980), sobre la imagen que de la izquierda transmite la televisión de los Estados Unidos de América, son ejemplos de esta orientación teórica.

El tercer modelo político al que hace referencia Merelman (1986) es el pluralista. En este caso los protagonistas serán los partidos políticos y los grupos de interés que tratarán de obtener el apoyo del conjunto de los ciudadanos. Por su parte, los ciudadanos apoyarán aquellas alternativas que mejor defiendan sus intereses. Los principales agentes de socialización serán la familia, la escuela, los medios y los diferentes grupos políticos.

De acuerdo con la formulación pluralista, el proceso de socialización tendrá los siguientes resultados: favorecerá el desarrollo de identificaciones partidarias duraderas, ayudará al aprendizaje de las orientaciones políticas, incrementará la tolerancia hacia la diferencia e incrementará la participación. No es este el momento de analizar en detalle todas las predicciones de la teoría pluralista. Sin embargo, sí es preciso hacer constar que algunas de las consecuencias que teóricamente se derivan de ese modelo, tales como la identificación partidista y el aprendizaje de la ideología, no parecen contar con apoyo empírico suficiente.

El último de los modelos clásicos es el del conflicto. En este caso, pueden identificarse dos formas básicas en estas relaciones. Por una parte, está el conflicto generado entre los grupos que ocupan distintas posiciones en la escala social. Este conflicto estaría muy relacionado con las posiciones Weberianas del conflicto endémico entre grupos dominantes y subordinados. En segundo lugar, también existe conflicto entre iguales, este sería el caso de los sujetos que actúan de forma diferente al resto de miembros del grupo o categoría social a la que pertenecen.

El modelo de conflicto hace especial hincapié en la toma de conciencia de los individuos respecto a la posición social y al grupo del que forman parte. Esa toma de conciencia sólo es posible que tenga lugar a través de un proceso de comparación entre el propio grupo y los demás. En este proceso de comparación, y como muy bien establece Tajfel (1984), pueden producirse fenómenos de favoritismo endogrupal y de discriminación exogrupal.

La revisión de Merelman (1986) de los modelos sociales y los procesos de socialización, concluye con la afirmación de que ninguno de ellos, por sí mismo, puede dar cuenta de esa realidad. No se trata simplemente de que aporten datos sobre aspectos distintos de una realidad plural, sino que la filosofía que comparten todos ellos no es la correcta. En todas esas aproximaciones, el proceso de socialización se considera de modo jerárquico y vertical; esto es, son los padres los que influyen sobre sus hijos, los profesores sobre los estudiantes, etc. Frente a esta posición, Merelman defiende la necesidad de un nuevo modelo, la teoría lateral de la socialización, que es definido por este autor de la siguiente manera:

> "el desarrollo de agentes de socialización conectados horizontalmente que compiten entre sí para influir en los jóvenes y, en el proceso, presentan imágenes distintas de la sociedad" (p. 307).

Desde esta perspectiva, el individuo no está a merced de fuerzas que le empujan a un tipo u otro de socialización, ya sea la lealtad hacia los líderes o la falsa consciencia generada por las élites dominantes, sino que tendrá capacidad para elegir entre los distintos agentes de socialización que están compitiendo para ejercitar esa labor.

5.4. Modelos teóricos de socialización política

Torney y Hess (1981) plantean cuatro modelos para explicar la socialización política, que se basan en el tipo de relación que mantienen los dos elementos centrales de este proceso: los agentes socializadores y el individuo objeto de esa influencia. Los de este proceso: los agentes socializadores y el individuo objeto de esa influencia. Los cuatro modelos serían: acumulación, identificación, transmisor de papeles y cognoscitivo.

Rodríguez (1988) alude a esos y otros modelos agrupándolos en dos grandes categorías: modelos de la conformidad-legitimación y modelos de diferenciación-innovación. En la primera categoría incluye las siguientes propuestas teóricas: identificación, acumulación y transferencia interpersonal; en la segunda se hace referencia a modelos de aprendizaje, interaccionismo simbólico, el modelo de individuación y el modelo de desarrollo cognitivo.

Para no hacer innecesariamente largo este apartado del tema y centrarnos en aquellas formulaciones que gozan de un mayor respaldo y reconocimiento, comenzaremos con unos breves comentarios sobre las teorías de la identificación y aprendizaje, para, posteriormente, focalizar nuestra atención en la aproximación cognitiva.

El modelo de identificación asume que el proceso de socialización se realiza de modo vertical, transmitiendo los conocimientos y valores de una generación a otra. De acuerdo con Rodríguez (1988):

> "preocupación de estos modelos son aquellos procesos que garantizan la continuidad del sistema político, para lo cual es necesario asegurar el desarrollo de instituciones y estructuras funcionales para el mismo; por ello son tópicos frecuentes la transferencia del acatamiento a las figuras de autoridad familiares y de la escuela, a las figuras de autoridad política ('líder benévolo'), y apego a un partido, sea por identificación con sus padres, sea por imitación de las conductas políticas de éstos" (p. 150).

Las teorías del aprendizaje que tienen, en este caso, una mayor relevancia son las relacionadas con el aprendizaje vicario u observacional. Los sujetos aprenden determinadas conductas a partir de la imitación de la conducta de los otros, especialmente de las personas que tienen más próximas. Se aprenden conductas a partir de un modelo.

Bandura (1971) señala que son precisas cuatro condiciones para que la conducta del modelo sea imitada por el sujeto. Esas condiciones son:

1) Prestar atención a la conducta emitida por el modelo.
2) Retener el comportamiento que ha sido observado.
3) Contar con las capacidades y habilidades precisas para poder reproducir la conducta presentada por el modelo.
4) Considerar que las creencias que se derivan del comportamiento del modelo son satisfactorias y positivas.

Al margen de esas condiciones, hay que citar la atracción que los sujetos sientan hacia el modelo, y el tipo de consecuencias que tengan las conductas que éste realice.

Una diferencia importante entre esta teoría del aprendizaje y la de identificación, es que en la primera la imitación del sujeto se reduce a conductas u actos específicos del modelo. Rodríguez (1988) se refiere a esto de la siguiente manera:

> "Mientras que en los modelos de inspiración psicoanalítica la identificación es global, con la conducta total del modelo, y está ligada a la génesis del aparato psíquico, desde la perspectiva del aprendizaje se ha interpretado fundamentalmente como imitación de conductas concretas…" (p. 152).

Sin lugar a dudas, la teoría cognitiva es una de las más profusamente utilizadas para explicar la socialización política. El reconocer la existencia de distintos momentos en el desarrollo cognitivo, nos permite una mejor comprensión de las respuestas actitudinales que se producen en momentos diferentes de la vida de los sujetos.

Piaget (1932) fue el pionero en este tipo de trabajos. El estudio de Piaget se inició con el análisis sobre el desarrollo del concepto moral en el niño. Piaget señala la existencia de tres fases por las que pasará el niño en su percepción de las reglas sociales.

- *Primera Fase*. El niño identifica aquellas cosas que le están permitidas y aquellas otras prohibidas, pero es incapaz de reconocer la fuente que sustenta y origina esas normas.
- *Segunda Fase*. El niño considera que las normas existentes tienen un carácter de "inmutabilidad" y que por ello son la única alternativa válida de comportamiento. No se cuestiona el origen de esas reglas ni tampoco la posibilidad de su modificación.
- *Tercera Fase*. El niño descubre que las reglas que existen en los juegos han sido establecidas convencionalmente, que son producto de una aceptación por parte del grupo, que son de esa manera pero que podrían ser de otra.

De acuerdo con Piaget, sería preciso que el niño se encuentre en esta tercera etapa del desarrollo cognitivo para que pudiera entender la lógica del funcionamiento democrático de los grupos.

Otro de los planteamientos importantes para la socialización política está relacionado con el desarrollo moral. Kohlberg realizó distintos trabajos, tanto desde una perspectiva

diacrónica como sincrónica, que mostraron la existencia de diferentes maneras de razonamiento moral. Kohlberg señala la existencia de tres etapas en el desarrollo moral:

1) *Moralidad preconvencional*. Característica de los sujetos hasta los nueve años, las normas y reglas se consideran como algo externo a uno mismo.
2) *Moralidad convencional*. En la segunda fase, el individuo asume que las reglas existentes en la sociedad son compartidas por todos los sujetos que en ella viven. En esta fase, los sujetos internalizan esas normas y las cumplen, no tanto por el temor a un castigo sino por su valor intrínseco. Según Kohlberg, en esta fase de desarrollo se encuentran la mayoría de las personas.
3) *Moralidad postconvencional*. En el tercer y último nivel, al que únicamente acceden unos pocos sujetos, se da una aceptación de las normas imperantes en la sociedad, pero junto a ello, las personas desarrollan principios morales propios. En caso de conflicto entre las normas sociales y los principios personales, los sujetos tenderán a mantener y defender éstos últimos en detrimento de los primeros.

Cada uno de esos niveles que acabamos de señalar está formado por otros dos. Así, en la moralidad preconvencional se incluyen los de orientación hacia el castigo y la obediencia y los intercambios interesados.

En el nivel de moralidad convencional, se distinguen los estadios de mantenimiento de unas buenas relaciones interpersonales y mantenimiento del sistema social, incluyendo las relaciones de autoridad.

Por último, dentro del período de moralidad postconvencional se hace referencia a los niveles de moralidad del contacto social y derechos del individuo y el de moralidad de los principios éticos universales.

Kohlberg afirma que la mayoría de los sujetos en la sociedad occidental se encuentran en el estadio cuarto del desarrollo moral, caracterizado por la defensa del sistema social vigente y el recurso, si es preciso, al castigo para los disidentes. Por esta razón, las actitudes de esas personas son fundamentalmente normativas, determinadas por las autoridades.

Teniendo en cuenta las características de las diferentes etapas de desarrollo moral, no es extraño que diferentes investigadores hayan relacionado esas fases con la orientación política de los sujetos. En una línea similar, Nassi *et al*. (1983) comprobaron la relación existente entre el desarrollo moral y distintas necesidades políticas. Así, se observó que los sujetos situados en el nivel de desarrollo moral convencional obtuvieron puntuaciones significativamente más elevadas en el factor de conservadurismo político-económico. Por su parte, los sujetos de desarrollo moral postconvencional obtuvieron diferencias significativas a su favor en radicalismo y activismo político.

Lo comentado anteriormente sobre el desarrollo cognitivo y moral, muestra de forma clara la importancia de estas dimensiones para una comprensión global del fenómeno de socialización política.

Pero debemos ser conscientes que la exigencia de un desarrollo cognitivo y moral para la realización de determinadas acciones y comportamientos políticos, no puede ni debe suponer un análisis excesivamente psicologicistas de problemáticas que, al igual que la de socialización política, se sitúan claramente en un contexto social e histórico.

Dasen (1975) puso de manifiesto que algunas de las operaciones cognitivas señaladas por Piaget, tales como la de conservación, reflejaban los valores de una cultura dada, y que esos valores eran, en última instancia, determinados por la ecología y economía del medio en el que estaban inmersos los sujetos. De acuerdo con Emler y Hogan (1981), tendríamos que plantearnos que si las influencias socioculturales están incidiendo sobre aspectos lógicos-formales, qué ocurrirá cuando tratemos con actitudes o comportamientos morales.

Por las razones anteriormente apuntadas, creemos que una forma adecuada de entender el desarrollo moral y actitudinal es concebir ambos procesos como producto, no de un desarrollo intelectual en el vacío, sino como resultado de un ambiente sociocultural que impregna el medio en el que se desarrolla el sujeto.

Pero esto no es un obstáculo para el reconocimiento de que es preciso la existencia de determinado grado de desarrollo cognitivo e intelectual en las personas para que se produzca la asimilación de ciertos esquemas y pautas comportamentales del entorno.

5.5. Agentes de socialización

Los trabajos sobre socialización en general y, más específicamente, sobre socialización política, han tratado de identificar la importancia de distintos agentes intervinientes en ese proceso. Tradicionalmente, se han estudiado los siguientes elementos: la familia, la escuela, el grupo de compañeros y los medios de comunicación de masas. En este apartado nos referiremos únicamente a los tres primeros aspectos mencionados, ya que el tema de los medios de comunicación de masas ocupa la atención de uno de los capítulos de este libro.

La familia ha sido considerada como el principal agente de socialización. Al constituir un grupo primario básico del individuo y al existir unas fuertes relaciones afectivas entre sus miembros, se consideró que era el elemento fundamental en la configuración de las actitudes y creencias de los sujetos. Sin embargo, diversos trabajos vinieron a cuestionar esa creencia tan generalizada sobre el enorme poder de influencia de la familia. Por este motivo, Jennings y Niemi (1966), en su trabajo presentado ante la Asociación Americana de Ciencias Políticas sobre la transmisión de valores políticos de padres a hijos, concluyen que los hijos no pueden considerarse una "carbón-copy" de sus padres.

Esos resultados ponen de manifiesto la necesidad de replantearse el tipo de influencia que se creía ejercían las familias sobre sus miembros. En este sentido, es preciso reconocer el cambio sustancial que en los últimos años se ha producido dentro de ese grupo primario: los padres, especialmente la madre, pasan un menor tiempo con sus hijos; otras personas e instancias (cuidadoras, guarderías, televisión, etc.) han

incrementado sensiblemente su presencia en la vida de los más jóvenes. Todo esto conduce a que la familia haya dejado de ser, como ocurría hace algún tiempo, el referente casi exclusivo para los sujetos de menos edad.

Por otra parte, y si bien los trabajos anteriores indican una baja relación entre distintas actitudes de padres e hijos, esto no significa que no exista influencia. Lo que puede suceder es que esa influencia no se manifieste de una forma tan lineal y directa como se pensaba. Esto es, los hijos pueden interiorizar una visión general de la vida que les transmiten sus padres y no reproducir literalmente todas y cada una de sus opiniones. Dicho de otra manera, los padres pueden estar dirigiendo a sus hijos hacia una manera de entender y enfrentarse a los asuntos socio-políticos, pero el modo concreto de respuesta ante una situación determinada, va a depender de otros factores tales como la propia situación, presión de grupo, etc. Si este fuera el caso, estaríamos ante una auténtica influencia de los padres sobre sus hijos, si bien ésta sería menos burda y directa de lo que pensaban los primeros autores que trabajaron sobre este tema.

Uno de los elementos más importantes a considerar dentro de la familia, es el tipo de relación que establecen padres e hijos. Esta relación hay que entenderla en sus distintas facetas: tipo de comunicación, autonomía del niño, nivel de experiencia, etc. En definitiva nos estamos refiriendo a las "prácticas de crianza".

En un trabajo pionero realizado en la década de los 40, Baldwin identificó dos formas o estilos de interacción entre padres e hijos. Estos estilos, si bien no eran totalmente independientes entre sí, eran los de democracia y control. El estilo democrático se caracteriza por la existencia de una comunicación fluida entre padres e hijos, por consultar al niño en aquellos temas sobre los que él podría mantener ideas propias, por explicar las razones del mantenimiento de ciertas normas, etc. El estilo de control se caracterizaba, evidentemente, por todo lo contrario. Quizá el término más adecuado para definir este comportamiento sea el de restricción.

Con una metodología de investigación más rigurosa que la de Baldwin, Baumrind en los 70 define tres estilos conductuales propios de los padres en la relación con sus hijos. Esos estilos son:

1) *Estilo autoritario*. Los padres autoritarios exigían de sus hijos una obediencia total, un respeto a la autoridad y el mantenimiento del orden. Todas estas exigencias eran impuestas, y no existía ningún tipo de explicación ni razonamiento.
2) *Estilo con autoridad*. Los padres con autoridad explicaban a sus hijos las razones de las prohibiciones e intentaban, a través del diálogo y argumentación, modificar aquellas conductas consideradas indeseables. Trataban de fomentar la independecia y seguridad en sus hijos, pero no dudaban, llegado el caso, en ejercer su autoridad.
3) *Estilo permisivo*. Los padres permisivos permitían a sus hijos comportarse de acuerdo a sus deseos, y los consultaban continuamente sobre las decisiones a adoptar. El nivel de exigencia era mínimo, y sólo en muy contadas ocasiones

recurrían al uso de la autoridad.

Las consecuencias de estos estilos de comportamiento sobre la conducta de los hijos eran claras. Los jóvenes más independientes y con mayor nivel de responsabilidad eran aquellos procedentes de familias con estilos conductuales con autoridad. Los menos independientes y con un nivel medio de responsabilidad eran los de familias autoritarias. Finalmente, los criados en un medio permisivo eran poco responsables y menos independientes que los de las familias con autoridad.

Antes de abandonar este punto dedicado al papel de la familia en el desarrollo de las actitudes de los niños quizá sea conveniente recordar algunos de los comentarios sobre esta cuestión vertidos en el trabajo pionero de Adorno *et al*. (1950) *La Personalidad Autoritaria*. Para estos autores, muchas actitudes y necesidades subyacentes estudiadas en esa investigación se originan en la situación familiar. Las variables estudiadas en relación a la familia las agrupan en: actitudes hacia los padres e imagen de la familia, concepto acerca del medio en el que se desarrolló la niñez y actitudes hacia los hermanos.

Algunos de los aspectos más relevantes en las dos primeras categorías para diferenciar a los sujetos con puntuaciones altas y bajas en la escala F, eran los siguientes:

a) Idealización convencional de los progenitores *versus* apreciación objetiva de los progenitores.
b) Sumisión a la autoridad y valores paternos *versus* independencia fundada en principios.
c) Inclinación a tomar a la familia globalmente como endogrupo *versus* acercamiento individualizado a miembros de la familia.
d) Negación de conflicto entre padres *versus* verbalización objetiva de conflicto entre padres.
e) Disciplina por violación de reglas, primordialmente moral, *versus* disciplina por violación de principios, principalmente racionalizada.
f) Disciplina traumática, amenazante *versus* disciplina asimilable (no destructora del yo).

Como puede observarse, Adorno y el grupo de la Universidad de Berkeley aludían a una serie de patrones en la estructura y relaciones familiares que parecían en alguna medida responsables de las actitudes autoritarias *versus* democráticas que mantendrían con posterioridad los sujetos.

La escuela es otro agente que parece llamado a jugar un papel importante en el proceso de socialización política. Sin embargo, Rodríguez (1988) apunta algunas de las dificultades con las que nos encontramos en esta línea de investigación:

> "Además de no ser abundante, la investigación sobre los efectos de la escuela en la socialización se encuentra con dificultades hasta ahora no superadas: cuando el niño llega a la

> escuela lleva ya unas actitudes condicionadas por la familia; pero además el niño está expuesto a la influencia de múltiples agentes y de factores de evolución del propio sujeto" (p. 148).

De los aspectos señalados por Rodríguez (1988), posiblemente sea el segundo de ellos el que, de modo más determinante, complica la investigación en esta área de conocimiento.

La escuela interviene de diferentes maneras en el proceso de socialización. Una de ellas es a través de la información concreta y puntual que transmite sobre el funcionamiento del sistema, derechos, etc. En segundo lugar, como espacio en el que los niños experimentan relaciones de poder y autoridad, al margen de su propia familia. Por último, ese ámbito resulta especialmente importante para el aprendizaje de la participación.

En una línea similar a la anterior, Hartman (1982) indica que las organizaciones de los centros pueden favorecer el desarrollo de actitudes más participativas y críticas entre sus estudiantes. Pero al mismo tiempo, señala que la incidencia real de la escuela sobre esos aspectos depende de las experiencias recibidas en el medio familiar, de sus expectativas y motivaciones, de su grado de desarrollo, etc.

Los comentarios previos no se contradicen con las posiciones de aquellos autores que cuestionan la relevancia de este agente en el proceso de socialización política. El problema radica en el ámbito de influencia que se está analizando. Para los críticos, la escuela no desempeña una influencia directa y lineal sobre las actitudes y creencias políticas de los estudiantes.

Por ello, no sería la socialización manifiesta (materiales directamente relacionados con actitudes y valores políticos), sino la latente la que se mostraría más relacionada con las creencias desarrolladas por los jóvenes.

El último de los agentes de socialización a los que vamos a hacer referencia es el grupo de compañeros. Piaget atribuyó gran importancia al juego y a las relaciones con el grupo de compañeros en el desarrollo del juicio moral. A través de esas relaciones se es consciente de las opiniones y derechos de los demás, lo que incide en un mayor conocimiento de las prácticas democráticas.

Al igual que se indicó para las instancias de socialización anteriores, resulta harto difícil para cualquier investigación señalar la contribución diferencial de cada uno de esos agentes en el proceso de socialización política. Por ello, el objetivo de este tipo de trabajos debe ser explicitar las distintas vías y posibilidades informativas y formativas que existen y llamar la atención sobre el efecto combinado que pueden tener todas ellas.

TERCERA PARTE

ACCIÓN POLÍTICA Y MOVIMIENTOS SOCIALES

CAPÍTULO 6

PARTICIPACIÓN POLÍTICA

6.1. Introducción

La participación de los ciudadanos en la toma de decisiones políticas, es consustancial al concepto de democracia. Pero al igual que ocurre con otras grandes ideas de la vida social y política, detrás del acuerdo inicial sobre la relevancia de la participación, surgen inmediatamente serias discrepancias a la hora de operativizar y definir ese factor.

Las diversas versiones sobre la democracia y el alcance que debe tener la participación de los ciudadanos, permite la existencia de diferentes interpretaciones de la participación política.

Desde el punto de vista normativo, pues, se plantean serias discusiones en torno al significado de la participación de los ciudadanos en la esfera política y su implicación con el ideal de sistema democrático.

En un trabajo reciente sobre modelos de democracia, Held señalaba que la democracia es una forma de gobierno donde el pueblo, a diferencia de lo que ocurre en las monarquías y aristocracias, tiene poder. Sin embargo, como ese autor reconoce, la fórmula "el gobierno del pueblo" resulta ambigua y, por ello, surgen concepciones muy dispares sobre la democracia. Asumiendo sus propias palabras, se podría decir que se trata de un ámbito donde el desacuerdo es posible.

No es nuestra intención aquí plantear un debate o reflexión profunda de carácter prescriptivo sobre los conceptos de participación y democracia. Nuestro propósito como científicos sociales es analizar y explicar los modos de incidencia política a los que recurren los sujetos, más allá de que esos comportamientos respondan a los ideales democráticos tal y como son postulados por distintas corrientes de pensamiento.

Pero sin querer entrar en esa polémica, consideramos que antes de aludir a las modalidades e incidencia de la participación política, es preciso dedicar unas líneas a explicitar qué entendemos por este concepto.

6.2. Concepto de Participación Política

Como acabamos de señalar, es preciso establecer algún tipo de definición sobre la

clase de fenómenos que queremos analizar. Sin una delimitación previa, no tendríamos ningún tipo de criterio para clasificar a un acto como representativo o característico de la categoría conductual que queremos estudiar. Por tal motivo, todos los autores que abordan esta cuestión tienen, implícita o explícitamente, una concepción más o menos elaborada, respecto a qué conductas cabe calificar como participación política.

En trabajos anteriores (Sabucedo, 1984, 1988, 1989), comentábamos que los distintos intentos de medición de la participación política, lo que implica una toma de postura previa respecto a qué se entiende por ese concepto, se caracterizaban por su enorme diversidad.

Diferentes autores van a estudiar distintas conductas, tratando con ello de acotar y delimitar este tipo de actividades. Así, por ejemplo, en el estudio de Verba y Nie (1972), todas las acciones políticas analizadas comparten la característica de resultar convencionales. En otros casos, se consideran también como formas de participación política las actividades realizadas en el seno de la propia comunidad (Booth y Seligson, 1978). Por su parte, Barnes, Kaase, *et al.*, en su trabajo transcultural, van a dedicar una atención especial a las formas no institucionales y violentas de participación.

Klandermans (1983) en su revisión de los estudios sobre eficacia política y participación concluye que una de las dificultades en la evaluación de esos trabajos radica en los modos tan diversos en que ha sido operacionalizada la variable acción política. Entre estas, cita las conductas convencionales *versus* no convencionales y las instrumentales *versus* expresivas.

Todos estos comentarios confirman lo expuesto previamente sobre la diversidad de enfoques que caracteriza el estudio de la participación política.

En un intento por llegar a una máxima clarificación en cuanto al concepto de participación política, Conge (1988) señala que las discrepancias entre las numerosas aproximaciones a esta cuestión, se plantean en torno a los siguientes puntos:

1) Formas activas *versus* pasivas.
2) Conductas agresivas *versus* no agresivas.
3) Objetos estructurales *versus* no estructurales.
4) Objetivos gubernamentales *versus* no gubernamentales.
5) Acciones dirigidas *versus* voluntarias.
6) Intenciones *versus* consecuencias no esperadas.

Sobre el primer aspecto, encontramos que algunos autores incluyen dentro de la participación política cuestiones tales como sentimientos de patriotismo, conciencia política, etc.; mientras que otros aluden exclusivamente a manifestaciones conductuales. Frente a este planteamiento, Conge defiende la utilización del término participación política para las conductas realizadas por los sujetos y no para las áreas actitudinales o de conciencia política. La primera, según este autor tendría más relación con la problemática de la socialización y cultura política que con la de participación. En este sentido, esas variables pueden ser utilizadas como elementos explicativos de la acción política, pero no

serían en sí mismas modos de participación.

Respecto a la concienciación política, se destaca el papel de este factor para la movilización política, pero ello, de nuevo, no debe ser confundido con la propia participación.

Otro tema polémico tiene que ver con la inclusión o no dentro del concepto de participación de aquellas acciones que implican violencia política. Como expusimos anteriormente, algunos autores limitan el estudio de la acción política a las formas más ortodoxas y convencionales.

Sin embargo, el obviar los modos de participación violenta supone la no consideración y, por tanto, el abandono de unas formas de participación que no sólo están presentes en el ámbito político sino que resultan de sumo interés para el científico social. La propuesta de Conge en este punto, es el mantener el estudio de este tipo de comportamiento bajo la denominación de conducta agresiva y descartar otras denominaciones para la misma como participación ilegal, no institucional, etc.

En la misma línea, Sabucedo (1989) afirma que la clasificación de las acciones políticas en categorías como convencional-no convencional, legal-ilegal, etc., carecen de sentido básicamente por las siguientes razones.

En primer lugar, ese criterio:

> "se plantea desde una perspectiva del status-quo. Y esto introduce valoraciones que nada tienen que ver con un enfoque científico del problema. Si no somos lo suficientemente ingenuos como para considerar que las etiquetas que adscribimos a determinados fenómenos no influyen en la valoración de los mismos, estaremos de acuerdo en que la utilización de los términos ilegal, no institucional, etc., suponen una descalificación o cuando menos una opinión no demasiado positiva de este tipo de actividades" (p. 199).

En segundo lugar, la división entre actividades convencionales *versus* no convencionales

> "está sujeta a condicionantes sociales que hacen que un modo de participación que resulta no convencional en un momento determinado, resulte totalmente habitual y aceptado poco tiempo después" (Sabucedo, 1984, p. 64).

En tercer lugar, y esta es una cuestión que trataremos con más detenimiento en el próximo apartado, esa clasificación resulta demasiado elemental,

> "lo que obliga a que acciones que resultan muy diferentes entre si, como puede ser el caso de las manifestaciones ilegales y la violencia armada, deban compartir una misma categoría" (Sabucedo, 1989, p. 199).

Un nuevo punto de controversia señalado por Conge (1988), se refiere a la inclusión, dentro de la categoría de participación política, de las actividades de apoyo y de rechazo al sistema y las decisiones políticas. La propuesta en este caso es doble y se plantea desde una óptica no exclusivista.

En primer lugar, si la participación política recoge actividades que se enfrentan al

sistema o a ciertas decisiones políticas, no parece existir ninguna razón de fondo para no incluir también a las acciones destinadas a apoyar y sustentar esas estructuras o decisiones. Ambas modalidades de conducta se están planteando a un mismo nivel de debate y enfrentamiento, si bien el objetivo que se persigue es diferente.

En segundo lugar, tampoco parece estar justificado limitar el ámbito de actuación de los sujetos al simple cuestionamiento de las decisiones políticas. Las acciones emprendidas por individuos y grupos pueden estar destinadas a alcanzar unos objetivos mucho más ambiciosos. Así, por ejemplo, lo que puede entrar en juego y ser motivo de polémica es la propia esencia y naturaleza del sistema político. En este sentido, podrían diseñarse estrategias de incidencia política que supusieran un desafío a las estructuras existentes.

En este caso, estaríamos, al igual que en los supuestos anteriores, ante acciones emprendidas por los sujetos con la finalidad de tener incidencia política. Por tal motivo, y aunque la naturaleza y finalidad de estas actividades sean sensiblemente distintas a aquellas realizadas desde una aceptación y asunción plena del status-quo, es preciso incorporarlas como una modalidad más, si bien con sus propias particularidades, al repertorio de acciones políticas.

Un cuarto aspecto objeto de debate tiene que ver con la inclusión o no de las actividades desarrolladas en la comunidad. Para algunos autores esto constituiría una modalidad de participación política.

Así, por ejemplo, Verba y Nie (1972) rechazan el modelo unidimensional de participación y señalan a la actividad en la comunidad como una de las categorías de participación política.

En la misma línea, Booth y Seligson (1978) apuntan a las actividades comunitarias como una de las formas de actividad política. El problema que se plantea con este tipo de acciones en la comunidad es que si no poseen una clara proyección política, esto es, si carecen de carácter reivindicativo frente a las autoridades, difícilmente pueden ser calificadas de participación política.

Al igual que las sociedades filatélicas o colombófilas no pueden considerarse como agrupaciones políticas, las actividades comunitarias no deberían ser calificadas como formas de participación política.

El rechazo de Conge a la consideración de las actividades en la comunidad como formas de participación política, se basa en la siguiente argumentación:

1) La política supone relaciones de poder y autoridad.
2) Los actores principales en esas relaciones de poder y autoridad son los gobiernos de los estados.
3) La política se refiere al gobierno de los estados; por tanto, la participación política implica aquellas conductas que se realicen dentro de ese ámbito.

Como puede observarse las reservas de Conge se dirigen a la ausencia de una clara dimensión política en ese tipo de comportamientos. Al no intervenir en ese proceso las

autoridades políticas, encargadas de la distribución de los recursos públicos, aquellas acciones pueden ser consideradas como participación social o cívica, pero no política.

Respecto al quinto punto la solución puede ser todavía más sencilla que en los casos anteriores. No parece resultar de gran utilidad, desde el punto de vista de la delimitación del concepto de participación política, el establecer si una acción es iniciada de forma voluntaria o si está fomentada y respaldada por las instancias de poder. Además, la cuestión de la voluntariedad en la realización de una determinada conducta es un tema cuando menos espinoso si lo planteamos con la suficiente seriedad y profundidad. Como este no es el momento ni el lugar de debatir cuestiones tan esencialistas como ¿qué es la voluntariedad? o ¿hasta qué punto el sujeto es autónomo en las decisiones que adopta?, el tema debe ser resuelto de forma más simple. Desde esta perspectiva, lo importante es la intención que tengan los sujetos de incidir en la vida política, al margen de si esa intención es o no inducida. Esto es, la cuestión central a la que debemos atenernos en este momento es si esa actividad se desarrolla dentro de un contexto claramente político y con la finalidad de influir, determinar y/o apoyar determinadas decisiones políticas o estructuras de gobierno. Por tanto, la problemática planteada en este punto resulta un tanto artificial.

Finalmente, se plantea el debate en torno a la inclusión en la definición de participación política de variables como intención y consecuencias de la acción. Conge afirma que ninguno de esos dos aspectos debe ser tenido en cuenta a la hora de referirnos a ese tipo de actividades.

Lo importante, según este autor, sería los actos que se realizan, no la intención que tuviesen los sujetos ni las consecuencias de los mismos. Las intenciones, afirma Conge

> "pueden explicar por qué la gente participa (sin considerar qué es la participación política) mientras los resultados (sean o no intencionados) explican las consecuencias de la participación política (de nuevo sin tener en cuenta su naturaleza)" (p. 247).

Parece obvio que el tema de las consecuencias de la acción debe ser excluido de cualquier definición que se quiera dar de participación política. Los resultados de esas actividades no pueden estar determinando su adscripción a la categoría de participación política. Entre otras razones, porque los efectos de un determinado acto de participación o movilización política depende de muy diversos factores (Sabucedo y Rodríguez, 1990; Sabucedo, 1990a).

Si llevásemos a sus últimas consecuencias ese principio, podríamos encontrarnos con el absurdo de que una campaña de protesta política, en el que se plantease cualquier tipo de reivindicación, no fuese considerada como participación política por no conseguir los resultados deseados.

En el caso de la intención, nuestra postura es semejante a la expresada para el factor anterior. De nuevo, y al margen del objetivo que se pretenda, que como vimos en puntos anteriores pueden ser de lo más diversos, una acción debe ser calificada como participación política si va dirigida a influir, de una u otra manera, la toma de decisiones

políticas o determinadas estructuras de gobierno.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto hasta este momento, la participación política cabría definirla como aquellas acciones intencionales, legales o no, desarrolladas por individuos y grupos con el objetivo de apoyar o cuestionar a cualquiera de los distintos elementos que configuran el ámbito de lo político: toma de decisiones, autoridades y estructuras.

6.3. Modalidades de participación política

Los primeros trabajos sobre participación política tendieron a considerar un número bastante limitado de formas de acción. En concreto, las modalidades objeto de análisis fueron las vinculadas con el proceso electoral. Buena prueba de ello, lo constituye la escala de participación política de Campbell *et al*. (1954). En esa escala se recogen cinco ítems todos ellos claramente relacionados con las actividades desarrolladas durante las campañas electorales: votar, acudir a mítines, apoyar económicamente a algún partido o candidato, trabajar para algún partido y convencer a otros para votar por algún candidato y/o partido determinado.

En una línea similar, Stone (1974) elabora una escala para la medición del compromiso político en el que se alude a actividades muy semejantes a las propuestas por Campbell *et al.*, y que se sitúan también dentro de esa órbita de comportamientos estrechamente ligados a la dinámica electoral. Los cinco niveles de participación que distingue Stone, abarcan desde el votar hasta el desempeño de algún cargo público. Otras actividades a medio camino de las anteriores serían la participación indirecta, la participación en campañas electorales y el presentarse como candidato.

Sin lugar a dudas, el estudio de esas modalidades de participación política resulta de interés, sobre todo teniendo en cuenta que la participación electoral es la forma más habitual de incidencia política en las sociedades democráticas. Pero también debemos estar de acuerdo en que limitar el análisis de la participación política a esas formas de actividad supone restringir en exceso, y lo que es peor distorsionar, el ámbito de la acción política. La amplia variedad de modos de incidencia política no puede, por tanto, verse reducidas a las simplemente electorales.

En los últimos años, y especialmente a partir de la década de los años 60, se asiste al incremento de forma de acción política que poco tienen que ver con las modalidades más ortodoxas de participación. Este hecho obligó a los investigadores a prestar atención a esas nuevas formas de incidencia política.

La distinción más habitual se establece entre modos convencionales *versus* no convencionales de participación. En el trabajo transcultural de Barnes, Kaase *et al*. (1979) se alude a esas dos modalidades de comportamiento político. La mayoría de las afirmaciones destinadas a evaluar la participación política convencional están referidos, al igual que ocurría en los primeros estudios sobre este tema, a circunstancias relacionadas con el proceso electoral. En cuanto a la participación no convencional se recogen actuaciones como las siguientes: hacer peticiones, manifestaciones legales, boicots,

huelgas ilegales, daños a la propiedad y violencia personal, entre otras.

Milbrath (1981) también habla de participación política convencional y no convencional, y la lista de situaciones que reflejan ambos tipos de participación resulta muy similar a la de Barnes y Kaase, si bien es más detallada en el caso de la participación política convencional y más general en la de participación política no convencional.

La clasificación de las formas de participación política en convencionales y no convencionales, presenta diversos problemas. En primer lugar, el listado de actividades recogido dentro de cada una de esas dos categorías resulta demasiado heterogéneo. Así, en la participación política convencional se señalaban desde el simple acto de votar, hasta el acudir a los mítines; y en la participación política no convencional se situaban conductas tan dispares como manifestaciones legales y violencia personal, por citar solo algunos ejemplos.

Por esa razón, es conveniente profundizar algo más en el estudio de esas dimensiones para comprobar la posible unidad que pueda existir dentro de las mismas, así como para conocer su grado de relación.

Respecto a la participación política convencional, Marsh y Kaase (1979) afirmaban la posibilidad de transformar su listado de actividades en una escala tipo Guttman, si bien la ordenación de algunas afirmaciones variaba en algunos países. Sin embargo, existía una excepción a esa unidimensionalidad: el voto. Este tipo de conducta política no se ajustaba a los requisitos del escalamiento de Guttman, constituyendo una actividad claramente diferenciada de las anteriores. En otros trabajos realizados sobre esta cuestión (Verba y Nie, 1974; y Schmidtchen y Uhlinger, 1983), el voto vuelve a manifestarse como una actividad diferenciada del resto.

Otro dato que respalda la tesis de que el voto es una actividad "sui generis", lo encontramos en el trabajo de Milbrath (1968). En ese estudio se puede observar que la conducta de voto aparece asociada a afirmaciones de claro contenido patriótico tales como "amo a mi país", "aunque no esté de acuerdo apoyo a mi país en las guerras", etc.

En cuanto a los otros tipos de actividad política convencional, en algunos estudios se presentan datos que apoyan la existencia de agrupamientos claramente diferenciados. Así, Verba y Nie (1972) señalan que la participación política no debe considerarse como un modelo unidimensional, sino como un modelo compuesto por cuatro factores: actividades en campañas políticas, actividad comunitaria, contactos con la administración y conducta de voto. Milbrath (1981) sugiere que pueden detectarse distintos modos de actuación política convencional. Esos modos son los cuatro recogidos por Verba y Nie, más otro al que denomina comunicadores.

Por lo expuesto hasta este momento sobre la cuestión de la multiplicidad de actividades que aparecen recogidas en la categoría de participación política convencional, cabría hacer dos consideraciones. En primer lugar, hay un hecho que parece quedar claramente demostrado en cuanto aparece de modo consistente en los diversos estudios realizados: el voto es una conducta política claramente diferenciada del resto de formas de incidencia política; en segundo lugar, ese acuerdo generalizado sobre ese punto no se hace extensivo al resto de esta problemática. Así, mientras que para Verba y Nie (1972) y

Milbrath (1981) la participación política convencional está constituida por factores independientes, para Marsh y Kaase (1979) existe unidimensionalidad en este tipo de actividad.

Sin embargo, en realidad, estas posiciones no resultan tan distantes como pudieran parecer en un principio. Existen varios elementos que conviene considerar para poder comprender en su auténtico alcance esos distintos resultados. Primero, no debe olvidarse que el momento en que se realizaron ambos estudios y los países analizados, son diferentes. No podemos ser tan ingenuos como para creer que esos patrones conductuales tienen una naturaleza universal y se presentan del mismo modo en cualquier tiempo y lugar. Antes al contrario, debemos sospechar que este tipo de actividad está íntimamente vinculada a distintos momentos históricos, sociales y culturales. Por ello, si existen diferencias significativas en algunos de esos parámetros, también debe haberlas tanto en el tipo de actividades que se registran como en su estructuración. De hecho, y tal como se muestra en el trabajo de Marsh y Kaase, la unidimensionalidad de la escala de participación política era más débil en los Estados Unidos de América que en los países europeos. Teniendo en cuenta que el trabajo de Verba y Nie se limitó a esa nación americana, los resultados de ambos informes ya no resultan tan contradictorios.

Por otra parte, también debemos tener presente que el tipo de actividades recogidas en ambos estudios eran ligeramente diferentes, con todo lo que ello supone de distinto enfoque o concepción del tema.

Los resultados pueden poner de manifiesto, simplemente, los planteamientos teóricos previos que mantiene el investigador. Sobre esta cuestión, Marsh y Kaase (1979) afirman que

> "Verba y Nie partían de un modelo multifactorial, lo que se reflejaba en la mayor amplitud de actividades que incluían en su estudio" (p. 87).

Por lo que respecta a la participación política no convencional, lo más llamativo es la heterogeneidad de actividades que se encuadran bajo ese rótulo. Buena prueba de ello es que Muller (1982) clasificó a varias conductas políticas no convencionales junto a las convencionales, en la categoría de participación democrática y legal; mientras que otras conductas también consideradas no convencionales en la literatura eran adscritas a la categoría de participación ilegal y agresiva. Queda claro, pues, la naturaleza diferenciada de los distintos tipos de actividades no convencionales. Un grupo de ellas se mueve dentro de la legalidad, en tanto que otras se enfrentan abiertamente a la misma. Si volvemos a la lista de acciones no convencionales estudiada por Barnes, Kaase *et al.*, observaremos que en ella están presentes tanto conductas legales como ilegales.

Schmidtchen y Uhlinger (1983) utilizaron el escalamiento multidimensional y el análisis de clusters como estrategia metodológica para descubrir las dimensiones de la participación política. Los resultados obtenidos muestran la existencia de dos grupos de conductas claramente diferenciadas: las legales y las ilegales. Pero quizá más importante

que esto, era el hecho de que determinadas actividades no convencionales aparecían situadas en el grupo de conductas políticas legales. En el otro agrupamiento, el ilegal, se diferenciaba claramente entre las actividades violentas y las que no lo eran.

Por las razones apuntadas hasta este momento, parecía necesario contar con una nueva tipología de las formas de participación política. Por tal motivo, Sabucedo y Arce (1991) realizaron un estudio tendente a identificar las principales modalidades de actividad política.

En esa investigación se les pidió a los sujetos que señalasen la proximidad percibida entre diferentes modos de participación política. La lista que se le presentó a los sujetos recogía los siguientes estímulos: votar, acudir a mítines, convencer a otros para votar como uno, enviar cartas a la prensa, manifestaciones autorizadas, manifestaciones no autorizadas, boicots, huelgas autorizadas, huelgas no autorizadas, violencia armada, daños a la propiedad privada, ocupación de edificios y cortes de tráfico. Como puede observarse, la lista de acciones políticas era bastante amplía e incluía las actividades más frecuentes, tanto legales como ilegales.

Esos diferentes estímulos fueron presentados en pares, debiendo los sujetos indicar en una escala de nueve pasos el grado de semejanza existente entre ellos. Además, a los sujetos se les pedía que juzgasen cada una de las formas de participación política a lo largo de doce escalas bipolares de nueve pasos cada una de ellas. Las escalas bipolares utilizadas fueron: eficaz-ineficaz, democrático-no democrático, justificado-injustificado, deseable-indeseable, progresista-conservador, pacífica-violenta, convencional-no convencional, legal-ilegal, costosa-no costosa, comprometida-no comprometida, pro-sistema-anti-sistema.

Las respuestas de los sujetos fueron analizadas por medio del escalamiento multidimensional. Los resultados obtenidos, representados en la Figura 6.1, mostraron la existencia clara de dos dimensiones. Para una más fácil interpretación de las mismas, se recurrió a la información brindada por las escalas bipolares. En la dimensión 1 los pesos más elevados correspondían a las escalas bipolares pacífico-violento (.92), legal-ilegal (.91) y democrático-antidemocrático (.90). En la dimensión 2, la escala bipolar con un mayor peso fue la de progresista-conservador (.77).

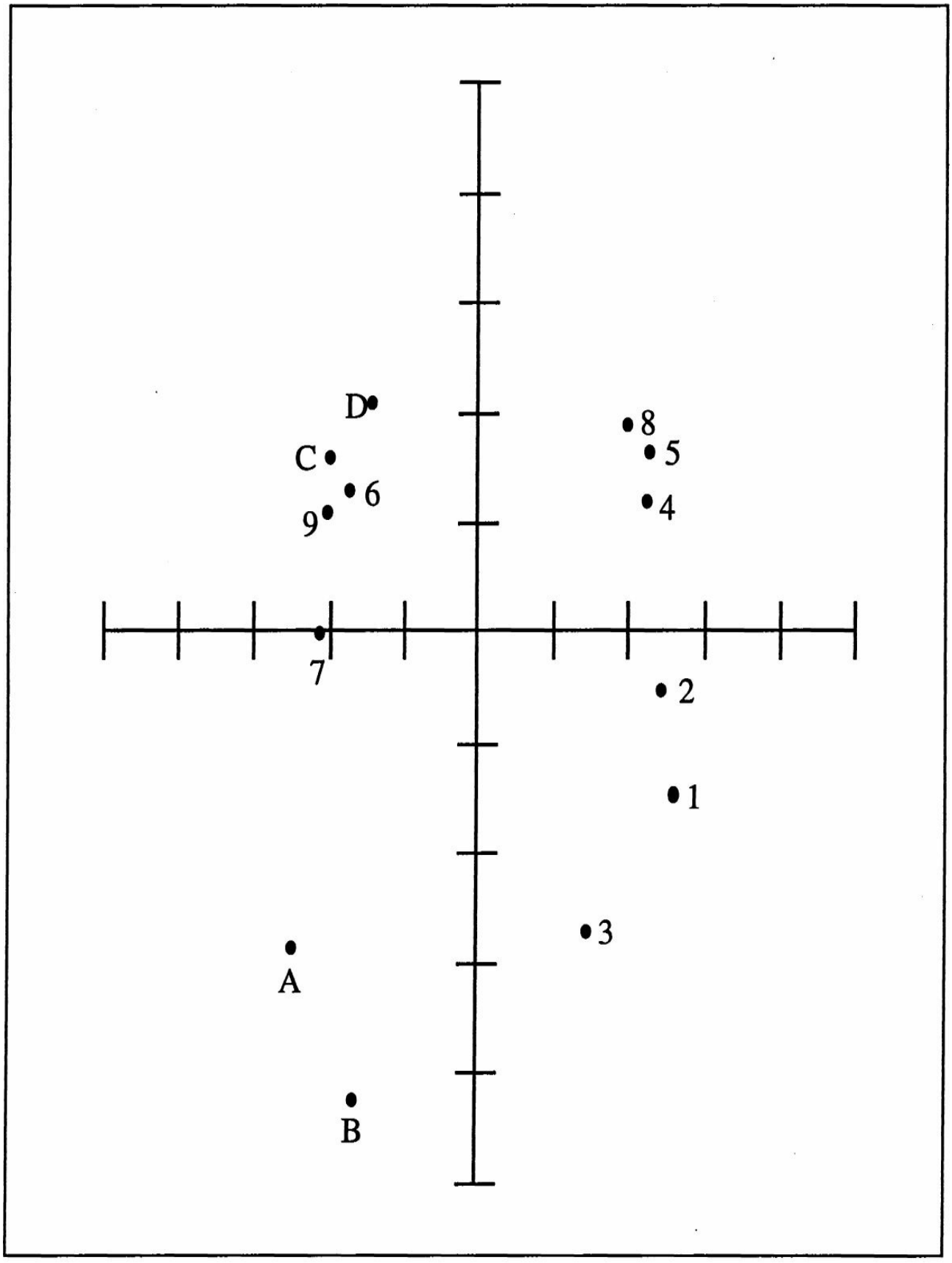
D
C
6
9
8
5
4
7
2
1
3
A
B

Figura 6.1.

Pero al margen de lo anterior, la representación visual obtenida indicaba la existencia de agrupaciones de estímulos en los distintos cuadrantes. Con la finalidad de profundizar en esta cuestión se realizó un análisis de cluster.

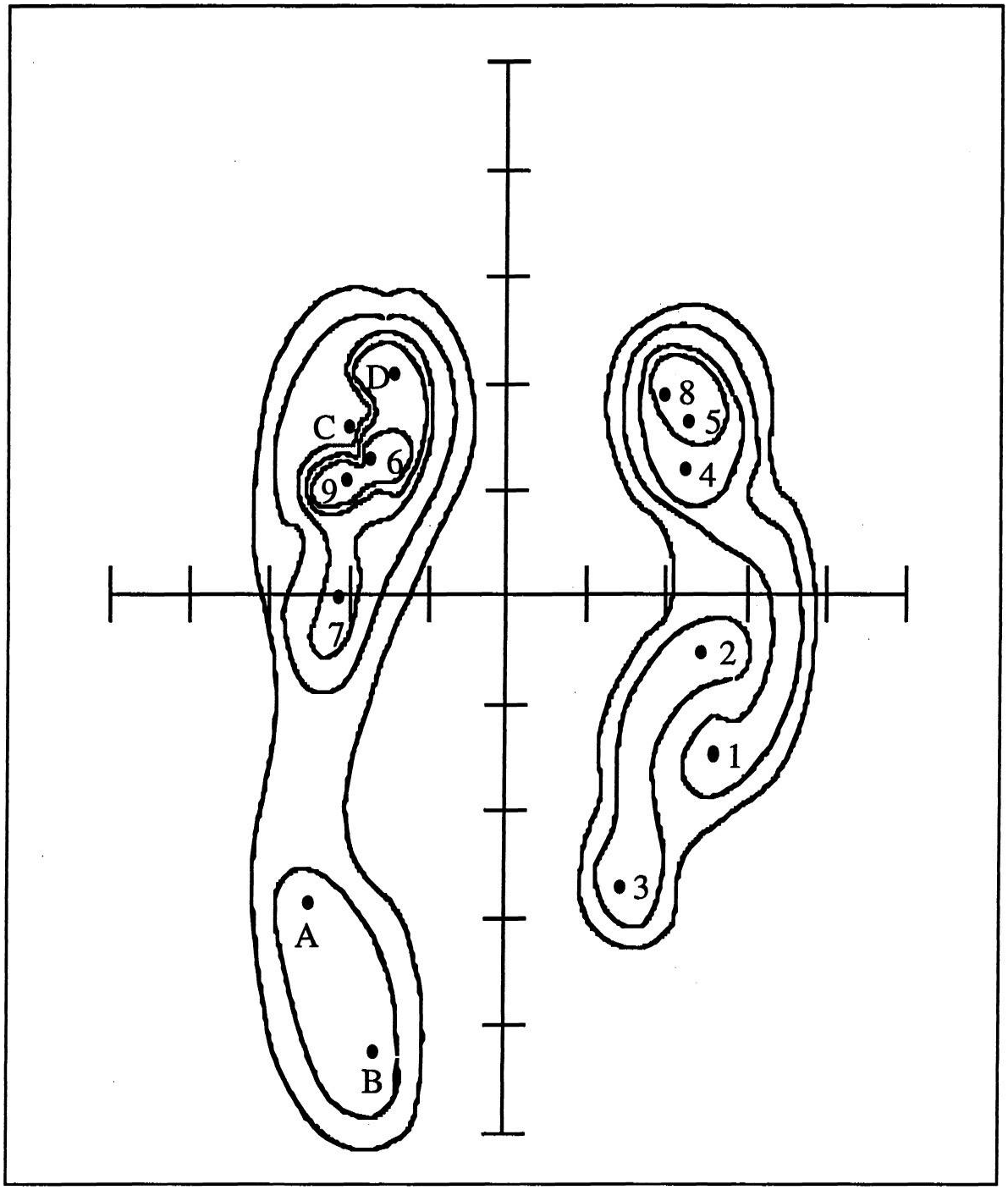

Figura 6.2.

Los resultados alcanzados con este procedimiento, como se puede apreciar en la Figura 6.2, apuestan por la existencia de cuatro tipos de participación política claramente diferenciados entre sí. Estos serían los siguientes:

1) Uno de ellos recogería conductas que se encuentran muy vinculadas a las campañas electorales, en donde el sujeto es o bien el agente de influencia (convencer a otros para votar como uno) o el objeto de la misma (acudir a mítines).
2) Una segunda agrupación está formada por un conjunto de actividades que tienen como denominador común el hecho de que se trata de acciones que se mantienen dentro de la legalidad vigente y que tratan de incidir en el curso de los acontecimientos político-sociales. Aquí se incluirían conductas tales como el votar, enviar escritos a la prensa y manifestaciones y huelgas autorizadas.
3) En un tercer grupo aparecen las formas de participación políticas violentas: daños a la propiedad y violencia armada.
4) Finalmente, nos encontramos con un grupo de actividades que si bien pueden desbordar el marco de la legalidad establecida no son necesariamente violentas: ocupación de edificios, boicots, cortes de tráfico y manifestaciones y huelgas no autorizadas.

Estos cuatro modos de participación política podrían ser respectivamente denominados como persuasión electoral, participación convencional, participación violenta y participación directa pacífica.

Estos resultados nos muestran que la variedad de modos de incidencia política no pueden verse reducidas categorías tan simples como las de convencional *versus* no convencional, legal *versus* ilegal u otras semejantes a éstas. Por otra parte, también queda patente la necesidad de diferenciar dentro del agrupamiento denominado ilegal o no institucional entre las actividades violentas y las que no lo son. Este dato resulta importante porque si bien las conductas que implican violencia son moralmente condenables desde el momento en que el sistema permite el libre juego de intereses y opciones políticas, los modos de participación política no legales, pero pacíficos, pueden constituir un elemento importante para el cambio social. De hecho, y como señalan Kruegler y Parkman (1985) en un trabajo sobre alternativas a la violencia política, los modos de participación políticos no violentos han desempeñado un papel muy importante, aunque no siempre ha sido reconocido, en el cambio de muchas situaciones sociales negativas.

Una vez identificados los principales modos de participación política, es conveniente analizar el grado de apoyo y respaldo con el que cuenta cada uno de ellos. Este será el

tema del siguiente apartado.

6.4. Incidencia de los distintos modos de participación política

Tal y como expusimos en el apartado anterior, existen múltiples maneras de incidir en el proceso político. Muchas de ellas han ido adquiriendo importancia en los últimos años, a medida que los sujetos se mostraban más proclives a intervenir en la esfera de lo político.

Uno de los datos más interesantes ha sido la adopción de estrategias de acción política que desafiaban abiertamente la legalidad vigente o que no recurrían a los canales más ortodoxos y tradicionales de participación.

Este cambio en los modos de actuación política motivó la realización de distintos trabajos destinados a conocer el potencial de protesta de la población y el respaldo social con el que cuentan. Buena prueba de ese interés por estas cuestiones es la inclusión de preguntas destinadas a evaluar tales aspectos en los informes periódicos realizados por distintas instituciones y empresas de opinión pública. Los British Social Attitudes Reports realizados anualmente en Gran Bretaña, suelen incluir en sus distintas ediciones preguntas relacionadas con este tópico.

En nuestro país, se cuenta también con estudios que ponen de manifiesto el potencial de protesta de los ciudadanos. Páez y Echebarría (1986), trabajando con adolescentes de la Comunidad Autónoma Vasca, encontraron que esos jóvenes se muestran más dispuestos a participar en las manifestaciones (el 42,7% afirma que lo haría), seguido por las huelgas (15,8%) y la firma de escritos de protesta (10,3%). Las actividades que cuentan con menos apoyo son el bloqueo de tráfico (8,1%), boicots (5%) y ocupación de edificios (2,8%).

En el trabajo de Sabucedo, Arce y Rodríguez (1992) con jóvenes gallegos se planteó una pregunta similar a la anterior, aunque en este caso, se incluían formas más extremas de acción política. Los resultados obtenidos se presentan en el Cuadro 6.1.

CUADRO 6.1

Potencial de protesta de la población juvenil gallega (Sabucedo et al, 1992)

	Lo haría	*Nunca lo haría*	*Podría hacerlo*
Firmar cartas de protesta	67,3%	6,1%	26,6%
Participar en boicots	21,8%	41,9%	35,6%
Asistir a manifestaciones legales	61,8%	9,6%	28,1%
Participar en huelgas ilegales	21,2%	43,7%	34,7%
Ocupar edificios o fábricas	14,9%	49,0%	35,6%
Daños a la propiedad	2,2%	88,8%	8,5%
Usar la violencia personal	2,7%	87,3%	9,5%

Lo que es importante retener de los resultados anteriores, no es tanto el dato concreto relativo a una determinada forma de acción política, sino la tendencia que los mismos parecen indicar. Tal y como se pone de manifiesto, existe un elevado potencial de protesta para la realización de actividades políticas no convencionales muy concretas. Este es el caso de las conductas que no suponen ningún tipo de violencia.

En lo que respecta a los modos de participación más extremos, aquellos que implican violencia, el potencial de protesta de nuestra población es sensiblemente bajo.

Como señalamos anteriormente, esos datos únicamente tienen un valor indicativo, en cuanto que el porcentaje de respuesta que obtiene cada una de esas acciones varia de acuerdo con el momento concreto en que se formulan esas preguntas. El posicionamiento de un sujeto ante ese tipo de conductas puede verse modificado en un plazo breve de tiempo, atendiendo a las distintas circunstancias personales, sociales o políticas que pueden acaecer en ese período. Por ello, lo relevante no es el punto porcentual arriba o abajo que obtenga una de esa formas de incidencia política, sino la disposición de los sujetos a implicarse en un tipo u otro de acciones.

Los datos anteriores avalan los resultados de aquellos trabajos de finales de la década de los 70 que predecían el incremento de las formas no convencionales de participación política. Considerando el conjunto de resultados que hemos expuesto, caben pocas dudas respecto a la ampliación del repertorio de actividades políticas de los sujetos. Estos no se limitan a esperar a ser convocados por el sistema para expresar su opinión, tal y como ocurre en las consultas electorales, sino que demandan una presencia más directa en la toma de decisiones políticas. La legalidad o la convencionalidad de las acciones no parece ser ya un freno para que los sujetos recurran a ellas caso de que las consideren oportunas. Pero dicho esto, también hay que señalar que la naturaleza violenta o no de esos comportamientos determina su nivel de aceptación por parte de los ciudadanos.

CAPÍTULO 7

PARTICIPACIÓN ELECTORAL Y CONDUCTA DE VOTO

7.1. Introducción

El estudio de la participación electoral es un tema clásico en las ciencias sociales. Desde la década de los 20, con el trabajo de Merrian y Gosnell sobre las causas de la participación y abstención electoral, hasta la actualidad, existe una fructífera línea de investigación en torno a esta importante cuestión.

Sin lugar a dudas, el interés que despierta la participación electoral, no es ajeno al papel fundamental que desempeña esta modalidad de participación en el sistema democrático. La participación electoral es, tal como se pone de manifiesto en diversos estudios realizados en diferentes países, la forma más común a la que recurren los sujetos para tratar de tener incidencia en la vida política. Además, y esto es todavía más relevante, esa es la vía más usual que oferta el sistema para que los ciudadanos expresen su opinión sobre los asuntos públicos.

Lo anterior hace que el interés científico por la participación electoral esté plenamente justificado, especialmente en aquellos casos en que el nivel de abstención sea tan elevado que pueda llevar a determinados actores de la vida política a cuestionar la legitimidad de un gobierno, de una acción legislativa, etc. En tales casos, la participación electoral, o mejor dicho la abstención electoral, puede suponer un serio problema político. Precisamente por esta razón, en la década de los 60 el presidente Kennedy propuso la creación de una comisión para el estudio de estos temas.

En otro momento (Sabucedo, 1988) señalamos que para determinadas ópticas ideológicas, la abstención electoral no es un problema en cuanto no suponga un desafío a la estabilidad o eficacia del sistema. Frente a esa posición, realizábamos dos consideraciones:

> "primera, el tema de la abstención política no es sólo cuestión que afecte a la estabilidad y eficacia del sistema, sino que también atañe a su legitimidad y a su razón de ser más profunda; segunda, y este es un razonamiento que se sitúa en el mismo nivel de realismo en que se mueven los que preconizan esa otra posición, el problema surge cuando ese distanciamiento de la vida política es fruto de la incapacidad del sistema para ilusionar a los ciudadanos en el logro de ciertas metas y objetivos y del desencanto y frustración ocasionado por su modo de proceder. De una u otra forma, desde una perspectiva ética y estética o desde una visión exclusivamente pragmática, nos parece que hay motivos suficientes para que las instituciones políticas presten, allí donde sea necesario,

una especial atención a la participación electoral" (p. 189).

7.2. Determinantes de la participación electoral

Al igual que ocurre con cualquier otra conducta de una complejidad similar, la referencia a los determinantes de la participación electoral implica la alusión a factores de muy diverso nivel. Tradicionalmente, las variables explicativas de esta forma de participación se agrupan en tres grandes categorías: sociológicas, psicosociales y ambientales o de contexto socio-político.

De esas tres categorías, y sin renunciar a la contribución que cada una de ellas nos brinda para la comprensión del tema que estamos abordando, la psicosocial se revela, en principio, como la más sustantiva. Por tal motivo, dedicaremos una atención más amplia a las variables pertenecientes a ese nivel.

7.2.1. Variables psicosociales

Desde los primeros estudios realizados para conocer las causas de la participación política, se señaló a la variable de eficacia como una de las posibles responsables de ese tipo de conducta. El sentimiento de eficacia política, sería justamente lo contrario del concepto de powerlessness (una de las dimensiones de la alienación identificadas por Seeman). Por otra parte, tanto el sentimiento de eficacia como el de powerlessness estarían comprendidos en la teoría sobre las expectativas de control sobre los refuerzos de Rotter (1966). Por esta razón, en este apartado utilizaremos indistintamente estos conceptos.

En uno de los trabajos pioneros sobre esta temática, Campbell *et al*. (1960) elaboraron una escala de eficacia política. Los ítems de esa escala hacen referencia, fundamentalmente, a los siguientes aspectos: el interés de los políticos por las opiniones de los ciudadanos, la confianza en el voto como medio de incidencia política, y el grado de complejidad del mundo político. Los resultados obtenidos con este instrumento de medida mostraron que la eficacia política incidía positivamente en la participación convencional, incluida la electoral.

En ese trabajo de Campbell *et al.*, y en otros realizados sobre este tema, se alude a la variable de eficacia como si se tratase de una variable única. Sin embargo, trabajos posteriores, como los de Wolsfeld (1986), señalan que es preciso diferenciar entre dos tipos de eficacia política:

a) Eficacia interna, que sería la creencia del individuo sobre la capacidad que tiene para incidir en el sistema.
b) Eficacia externa, la evaluación del individuo del nivel de sensibilidad del sistema.

La eficacia interna resulta similar al concepto de competencia cívica formulado por Almond y Verba, para referirse a la autopercepción de los sujetos de su nivel de eficacia y destrezas para la participación en la vida política. En los primeros análisis sobre la relación entre eficacia política y participación, se destacaba la relevancia del aspecto de competencia personal de la eficacia para la comprensión de esa conducta política. No obstante, estudios más recientes parecen indicar que la eficacia externa resulta más significativa que la interna para explicar este tipo de comportamiento político.

La importancia que ha cobrado la variable de eficacia política externa, se manifiesta en el hecho de que algunos autores recurren a ella para plantear una tipología de acción política en la que se identifican cuatro tipos de sujetos: inactivos, conformistas, disidentes y pragmáticos. Los inactivos serían aquellos que atribuyen poca eficacia tanto a las acciones que se desarrollan dentro del sistema como fuera de él. Los conformistas valorarían positivamente la eficacia institucional y negativamente la de movilización. Los disidentes representarían el caso contrario al anterior; esto es, manifestarían poca eficacia institucional y alta eficacia de movilización. Finalmente, los pragmáticos puntuarán alto en ambos tipos de eficacia, de lo que se deduce que recurrirán a una u otra indistintamente.

De acuerdo con Pérez y Bermúdez (1990), los trabajos de Rotter sobre las expectativas de control sobre los refuerzos, supusieron el desarrollo y la aplicación del constructo locus de control a áreas muy diferentes, entre las que cabe citar el contexto político. Según Rotter, Seeman y Liverant (1962), los sujetos de locus de control interno y externo mantendrían una actitud distinta hacia la acción. Los primeros, al interpretar los distintos acontecimientos como resultado de su propia responsabilidad, tenderán a incidir en el curso de esos eventos. Por el contrario, aquellas personas con un locus de control externo, se sentirán inclinados a la inhibición debido a que, para ellos, es el azar, el destino u otros poderosos el causante de que los hechos ocurran de un modo determinado.

Siguiendo con la lógica anterior, habría que concluir que el locus de control interno favorece la participación política, mientras que el locus de control externo provocaría la inhibición política de los sujetos. Pero como ocurre casi siempre en las ciencias sociales, los planteamientos no son tan lineales ni simples. La relación observada entre dos variables puede verse afectada por la situación, por la presencia de otras variables, etc. Algo parecido es lo que ocurre con el locus de control interno *versus* externo y la participación política. En la bibliografía sobre este tema, encontramos trabajos con resultados contradictorios; mientras que en algunos estudios aparece una relación positiva entre locus de control interno y participación, en otros es el locus de control externo el que se vincula con la acción política.

En un intento de dar respuesta a esos resultados aparentemente contradictorios, Klandermans (1983) analiza un número importante de estudios sobre la relación entre locus de control y participación política. En concreto, Klandermans toma en consideración 31 trabajos que él considera representativos de este área de investigación. Únicamente en cinco de ellos aparece la relación predicha entre locus de control interno y

participación política. En cuatro estudios la relación es justamente la contraria a la esperada, esto es, existe una relación positiva entre locus de control externo y participación; finalmente, en 19 de las investigaciones realizadas no se presenta ningún tipo de relación significativa entre locus de control y participación política.

De acuerdo con Klandermans, el constructo del locus de control interno-externo, no sólo establece la hipótesis, que él denomina de la eficacia, según la cual las personas con sentimientos de control interno se mostrarán más proclives a la participación, sino que también cabe esperar que, bajo determinadas circunstancias, aquellos con locus de control externo se muestren políticamente activos. Este último caso ocurriría bajo el supuesto de la hipótesis de la formación de poder, según la cual la participación en la esfera política de las personas con locus de control externo tendría como finalidad, precisamente, la reducción de esos sentimientos.

Al margen de señalar la existencia de esas dos hipótesis, se hace preciso aludir a las condiciones en las que es más probable que se manifieste una u otra. Para Klandermans, la hipótesis de la formación de poder será la responsable de la participación cuando los sujetos perciban, sobre una base ideológica u objetiva, su falta de poder. La hipótesis de la eficacia se aplicaría a los individuos que consideran que tienen capacidad de incidencia.

De lo anterior se deriva que las puntuaciones en las escalas de locus de control pueden tener lecturas e interpretaciones muy distintas. En un trabajo previo (Sabucedo, 1990a), habíamos señalado, sobre esta cuestión, lo siguiente:

> "en última instancia, lo que se evalúa a través de esa escala son las creencias que mantiene el individuo sobre su capacidad de incidir en la vida política, y éstas vienen determinadas por el esquema ideológico que sobre el funcionamiento de un sistema político determinado mantiene el individuo y/o por su posición dentro de la estructura social. Pienso que no es descabellado afirmar que son mínimas las posibilidades del ciudadano medio de influir en las grandes cuestiones políticas. Esta situación se ve incluso agravada si los sujetos pertenecen a grupos sociales marginados. También pienso que no se cae en la teoría de la conspiración si se cree que los principales grupos de presión de éste y otros países, determinan en gran medida las decisiones que se toman sobre temas políticos importantes.
>
> Por todo ello, consideramos que la externalidad o el powerlessness es en muchas ocasiones el sentimiento que mejor describe la auténtica posición del individuo frente al sistema político, pero no conduce necesariamente a la inhibición. El problema radica en conocer en su auténtica dimensión el significado del powerlessness" (p. 29-30).

Los sentimientos de externalidad pueden ser percibidos por los sujetos de dos formas diferentes. Unos pueden considerar que es el resultado de su propia incapacidad o incompetencia personal; mientras que otros señalan al sistema como responsable de esa situación. Obviamente, el tipo de atribución que se realice sobre la causa de esos sentimientos, debe determinar cursos de acción distintos. Los sujetos con orientación externa y que responsabilizan al sistema de su falta de control, se manifestarán partidarios de la ejecución de actividades políticas.

Pese a que diversos estudios han mostrado la importancia de los factores anteriores para la explicación de la acción política en general, su relevancia en lo que se refiere a la

participación electoral parece ser mucho menor o, al menos, no ser tan sustancial como la desempeñada por otras variables. Más tarde, y recurriendo a trabajos empíricos volveremos sobre esta cuestión.

La confianza política es otra de las variables que tradicionalmente se han utilizado para explicar la participación electoral. La naturaleza de este tipo de participación consiste en que los ciudadanos delegan su poder en una serie de personas para que defiendan sus intereses. Esta delegación de poder sólo es posible si existe una actitud de confianza de los representados hacia los representantes. Almond y Verba (1965), expresan esta idea de forma absolutamente clara:

> "La confianza en la élite política –la creencia de que la élite no es una fuerza extraña ni alejada, sino parte de la misma comunidad política– hace que los ciudadanos le cedan el poder" (p. 357).

Esta variable de confianza política supone, como se deduce de lo comentado anteriormente, el establecimiento de unos vínculos entre administradores y administrados que favorecen y permiten que estos últimos actúen de acuerdo con las demandas que realicen los primeros y no busquen medios alternativos de acción política. De esto se deriva que la confianza política debe correlacionar positivamente con la participación electoral. Pero, junto a ello, también se ha encontrado que la desconfianza política se relaciona de modo positivo con la participación política convencional, entre la que habría que incluir a la participación electoral. A este hecho se había referido en su momento Citrin (1976), para quien muchas de las manifestaciones de desconfianza y descontento hacia lo político se producen por esnobismo o por ser bien considerados por los grupos que nos sirven de referencia.

La obligación cívica y la identificación con el partido, están también asociadas a la participación electoral. En diversos trabajos sobre participación política nos encontramos con un grupo de factores que aluden a los sentimientos de identificación que los sujetos establecen con diferentes instancias del ámbito político, como pueden ser el propio sistema y los partidos políticos. Ese proceso de identificación tiene como resultado que los sujetos realicen aquellas conductas que le son demandadas desde esas instancias.

En el caso de la obligación cívica se produce una interiorización de las normas de funcionamiento imperantes en una sociedad, y se asume la necesidad de responder positivamente a las demandas que se planteen desde el sistema. Por tal motivo, la participación electoral, cauce de consulta y participación de los ciudadanos que es fomentado desde el poder, será especialmente sensible a la influencia de los sentimientos de obligación cívica. En esta misma línea, Aldrich y Simon (1986) apuntan que esta actitud de los sujetos tendrá especial relevancia en aquellas formas de actuación políticas más convencionales, ya que éstas son la espina dorsal del sistema y las más solicitadas.

Al igual que puede producirse una identificación con el sistema en su conjunto, también cabe la posibilidad de que ese proceso tenga lugar en relación a aspectos más concretos de la esfera política. Este sería el caso de la identificación con el partido, una de las variables planteadas en su momento por el grupo de la Universidad de Michigan y

que durante un tiempo constituyó una de las formulaciones principales en torno a los modelos de conducta de voto. Sin perjuicio de que en un apartado posterior de este tema volvamos a referirnos a esa variable, aquí señalaremos que la identificación con el partido supone una fuerza a largo plazo que determinaría no sólo, obviamente, la participación electoral sino el apoyo a una opción política concreta.

Como se desprende de lo comentado hasta este momento, existen diversas variables de claro carácter psicosocial que han sido utilizadas para explicar diferentes formas de participación política, entre ellas la participación electoral. Del listado de variables anteriores, las que hacen referencia a los sentimientos de obligación cívica e identificación partidista se han mostrado en estudios realizados por nosotros como las más significativas. En un trabajo realizado con una muestra representativa de la población juvenil gallega (Sabucedo, *et al.*, 1992) obtuvimos que la obligación cívica y la diferencia percibida entre partidos resultaban ser las variables más relevantes para diferenciar entre votantes y no votantes. Otros factores, tales como eficacia externa y confianza política obtenían valores sensiblemente inferiores en la función discriminante.

La menor relevancia de variables como eficacia política y confianza política en la determinación de la participación electoral de los sujetos, se volvió a poner de manifiesto en un trabajo (Sabucedo y Cramer, 1991) desarrollado esta vez con una muestra británica. En este caso se utilizó como técnica de análisis de datos el análisis de regresión, mostrándose que la identificación con el partido era la variable con mayor poder explicativo. La confianza política incrementaba únicamente un 0,4% el poder explicativo de la ecuación, mientras que la eficacia externa ni siquiera era seleccionada por el análisis.

A la luz de los datos anteriores, en otro momento (Sabucedo *et al.*, 1992) habíamos señalado sobre esta cuestión lo siguiente:

> "la lectura psicosocial que podría hacerse de estos resultados iría en la línea de enfatizar el carácter de obligación o ritual democrático de esta actividad política. El hecho de que aspectos tales como la confianza política o la eficacia externa muestren tan poca importancia en la determinación de la intención del voto, parece indicar que el funcionamiento del sistema no tiene gran relevancia para explicar este tipo de acciones. Los sujetos optan por participar o no en las consultas electorales debido a que creen que ese es un deber que deben cumplir y para mostrar sus preferencias partidarias" (p. 132).

7.2.2. Variables sociodemográficas y contexto político

Junto a las variables psicosociales comentadas en los apartados anteriores, es preciso referirse a aquellos factores sociodemográficos que pueden estar relacionados con la participación electoral. Entre las variables más analizadas en este apartado están el estatus socioeconómico, la edad, el sexo y el nivel educativo.

Por lo que respecta al estatus socioeconómico, la relación que se plantea con la participación política es absolutamente clara: a mayor estatus socioeconómico, mayor participación tanto convencional como no convencional. Pese a ese dato que aparece

reflejado en distintos trabajos, también hay que decir que las correlaciones entre esa variable y la participación política convencional no son extremadamente elevadas. En el caso concreto de la participación electoral, y si nos limitamos a los estudios realizados por nosotros (Sabucedo *et al.*, 1992; Sabucedo y Cramer 1991), se observa que la contribución de esta variable a la explicación de la participación electoral es mucho menos significativa que la de otras variables psicosociales, tales como la obligación cívica, la identificación con el partido, etc.

En relación a la variable sexo, estamos asistiendo a un cambio muy significativo. Tradicionalmente los estudios sobre este tema señalaban la existencia de diferencias importantes entre hombres y mujeres a la hora de la participación electoral.

A finales de la década de los 70, trabajos transculturales como los de Barnes, Kaase *et al.*, (1979) y Verba, Nie y Kim (1978) muestran la mayor implicación que tienen los hombres en las diferentes formas de acción política, incluidas las convencionales. Pero también hay que señalar que en otros trabajos (Milbrath, 1981; Baxter y Lansing, 1980) se empieza a observar que esas diferencias entre sexos se van reduciendo gradualmente.

Situándonos ya en la década de los 90, y haciendo referencia a nuestros propios trabajos, nos encontramos con que la situación poco tiene que ver con la enunciada en los estudios anteriormente mencionados. Así, en los análisis realizados por Sabucedo y Cramer (1991) se observa que la variable sexo no realiza ningún tipo de contribución a la explicación de la participación electoral.

En la investigación que llevamos a cabo contando con una muestra representativa de la población juvenil gallega (Sabucedo, *et al.*, 1992), los datos van justamente en la dirección contraria a lo que podría deducirse del planteamiento más clásico. Efectivamente, existe un mayor porcentaje de mujeres que de hombres que se implican en la participación electoral.

Dentro de este grupo de variables, el nivel educativo es, sin lugar a dudas, una de las más relevantes. En otro momento habíamos señalado, sobre esto, lo siguiente:

> "El comportamiento de los sujetos ante cualquier situación en general, y ante el mundo político en concreto, depende en buena medida del conocimiento que tenga del mismo y de su repertorio de destrezas para enfrentarse a él. En este sentido, la educación ofrece a los individuos la posibilidad de dotarse de esos recursos necesarios al permitirles adquirir un conocimiento más exhaustivo de las habilidades intelectuales y una información que resultan básicas para actuar en ese medio. Junto a ello, y también debido a esto, la educación ha de despertar en el individuo una serie de inquietudes y preocupaciones por el mundo social y político en el que se hallan insertos" (Sabucedo, 1988, p. 175).

Comparando la incidencia de las distintas variables socio-demográficas, Aldrich y Simon (1986) señalan de forma rotunda que el nivel educativo es el factor más importante en la determinación de la conducta electoral. Aldrich y Simon afirman que la educación influye de modo directo en la participación electoral y también de manera indirecta a través de variables relacionadas con el estatus. La importancia de la educación vendría dada porque

"incrementa la capacidad de comprensión de materias complejas e intangibles tales como la política, y estimula la ética de la responsabilidad cívica. Además la escuela proporciona experiencias con problemas burocráticos…" (Wolfinger y Rosentone, 1980, p. 102).

Hasta este momento hemos aludido a una serie de factores que determinan a "largo plazo" la posible participación o abstención electoral de los sujetos. Efectivamente, los sentimientos de eficacia política, la confianza política, el nivel educativo, etc., son características que el sujeto trae a la situación y que lo posicionan de una manera determinada ante el hecho político.

Uno de los debates de más trascendencia en Psicología Social tiene que ver con el énfasis puesto en los factores disposicionales *versus* situacionales. Durante un largo tiempo, y en contra de lo que debiera constituir una de sus principales señas de identidad, la Psicología Social parecía tener olvidada la dimensión situacional del comportamiento humano. Ello conduce a que en muchos análisis de la conducta social resulten parciales o incompletos al no haber considerado este factor.

En cualquier aproximación a la participación electoral, es preciso considerar el contexto en el que, desde las instancias de poder, se demanda de los sujetos este tipo de conducta política. Sin ánimo de ser exhaustivos, pues son diversas las cuestiones que podrían abordarse en relación a esta variable del contexto, podríamos citar las propias demandas de la administración, las expectativas sobre los resultados, los temas tratados durante la campaña, la imagen de los partidos y el nivel de modernización.

Las consultas electorales son realizadas a instancias del poder político. Por ello, desde esos ámbitos deben diseñarse todas las medidas posibles para favorecer la participación de los ciudadanos. En este sentido, sería muy positivo que se conociesen y tuviesen en cuenta las diferentes razones que conducen a los sujetos a la decisión de participar electoralmente, con el objetivo de basar en ellas las distintas campañas institucionales en las que se pide el voto de los ciudadanos.

Las campañas reclamando la participación electoral serán eficaces para un sector de la población, especialmente para aquellos que posean unos fuertes sentimientos de obligación cívica. Pero, posiblemente, si tratamos de movilizar a sectores más amplios de población, será preciso recurrir a otros argumentos.

El acudir a votar supone, por pequeño que sea, un coste para los sujetos: deben desplazarse al colegio electoral, deben abandonar otras actividades, etc. Este coste puede no ser asumido por los sujetos, si perciben que su participación resulta irrelevante. Una de las situaciones en las que eso puede ocurrir es cuando estamos ante un proceso electoral donde el resultado no presenta ningún tipo de incertidumbre. Cuando existe una opción claramente vencedora, el interés de los sujetos por participar se reduce considerablemente, dado que se asume que su conducta no tendrá ningún tipo de incidencia en el resultado final. En este sentido, los sondeos electorales que distintos medios de comunicación publican antes del día fijado para las elecciones, resultan fundamentales para incentivar o inhibir la participación: a mayor competencia e incertidumbre en los resultados, mayor número de sujetos se mostrarán partidarios de

acudir a las urnas.

Los temas defendidos por los partidos y las aspiraciones e inquietudes de los sujetos también constituyen un factor motivador importante. Por muchas llamadas a la participación que se realicen desde el poder, por más igualado que parezca el resultado final, el electorado no se sentirá mayoritariamente implicado en el proceso electoral, si los partidos no logran contactar con las preocupaciones, intereses e inquietudes del conjunto de los ciudadanos. Por tal motivo, y esta es una de las tareas del marketing político, las diferentes opciones políticas deben identificar las principales aspiraciones de la población y presentarse como los valedores de las mismas.

Pero siendo importante que los partidos se presenten ante el electorado con ofertas diferenciadas, todavía es más relevante la imagen que de esos partidos tienen los ciudadanos. Los partidos políticos constituyen un factor esencial en los sistemas democráticos. Ellos son los encargados de canalizar y representar las demandas de la población. Por todo ello, resulta imprescindible que esos grupos tengan el apoyo y confianza de sus representados. El riesgo, en este caso, reside en que se produzca un distanciamiento entre los partidos y el resto de la población. La pérdida de contacto con lo que constituyen en un momento determinado las aspiraciones y deseos de la población, la creencia, sustentada en datos reales o imaginarios, de la vinculación de los partidos con diferentes casos de escándalos y corrupción, la percepción de esos grupos como cotos de intereses ajenos a los de los ciudadanos, etc., puede desembocar en un rechazo hacia esas instancias políticas. Si se produce esa situación, la participación electoral, que supone el apoyar a un determinado partido, puede dejar de tener sentido para un sector importante de la población.

Otra de las variables a considerar es el nivel de modernización. Por modernización se entiende las transformaciones que ocurren en la estructura sociopolítica y en los valores como resultado del desarrollo industrial. Algunos de esos cambios tienen que ver con la relativa pérdida de influencia de las instituciones primarias y el cada vez mayor peso de los medios de comunicación de masas en la configuración de las opiniones y visión del mundo de los sujetos. Todo esto conduce a una mayor implicación con la realidad socio-política circundante y con la actividad política general.

Los bajos niveles de participación política observados en algunas actividades podrían ser explicados, al menos en parte, por este fenómeno de la modernización. Como señalamos en otro momento:

> "El vivir apegado a los grupos de referencia más primarios y a sistemas productivos poco comunitarios e interdependientes se traduce en una representación del mundo en la que destaca lo privado frente a lo social, lo individual frente a lo colectivo. De esta manera, el sujeto se refugia en su universo particular y desdeña o no considera ese mundo exterior que tan poca incidencia tiene en el discurrir diario de su vida" (Sabucedo, 1988, p. 188).

7.3. Modelos de conducta de voto

El primer trabajo en este campo en utilizar una metodología rigurosa que permitía

dar estatus de fiabilidad a los resultados obtenidos fue el de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944). Este estudio de carácter sociológico puso en relación las características sociales de los votantes con su decisión de voto. En una publicación posterior mucho más amplia titulada *Voting*, Berelson, Lazarsfeld y McPhee (1954), se presentan datos que señalan la incidencia de variables tales como religión, clase social y lugar de residencia en la conducta de voto. El supuesto básico que se mantiene desde esta aproximación es que el voto viene determinado por lo que uno es y por lo que uno cree.

Pese al amplio eco que en su momento tuvieron estos trabajos, pronto se puso de manifiesto que este planteamiento dejaba sin explicar un porcentaje importante del voto y, muy especialmente, no podía dar cuenta del cambio en el sentido del voto que se producía de una elección a otra. En el trabajo de Campbell *et al*. (1954), *The voter decides*, se hace referencia explícita a esta cuestión:

> "La experiencia de las dos últimas elecciones presidenciales nos ha mostrado … que la simple clasificación de los votantes en categorías sociológicas no tiene el poder de explicación que se pensaba en un principio" (p. 85).

La debilidad mostrada por la aproximación sociológica, llevó a los investigadores de la Universidad de Michigan a preocuparse más por las dimensiones psicológicas a la hora de analizar la conducta de voto. Uno de los primeros estudios en esta línea fue el realizado por Campbell, Gurin y Miller (1954), en el que se identificaron tres variables que a juicio de esos autores influían en el tipo de voto emitido por los sujetos. Estas variables eran: identificación con un partido, preferencia por los planteamientos políticos de los distintos partidos y actitudes hacia los candidatos. Como apunta Sears (1969), los análisis realizados en este trabajo no permiten establecer el peso de cada una de esas variables, ni tampoco señalar relaciones causales. Pero ello no impide que esos autores sugieran que la identificación con el partido es el elemento más importante en la decisión del voto.

En *The American Voter* (Campbell *et al.*, 1960), la obra más importante de la escuela de Michigan, y uno de lo trabajos más sobresalientes en este campo, se produce un nuevo enfoque sobre esta problemática. La conducta de voto va a estar determinada por las actitudes del sujeto hacia temas como: los candidatos, los partidos como gestores del gobierno, la posición de los partidos y candidatos en temas internacionales y nacionales, y los partidos y candidatos en relación a los grupos de referencia del sujeto. Pero todas estas actitudes, a su vez, están determinadas por la identificación de los sujetos con un grupo político determinado. Esto es, y en contra de lo que pudiera pensarse en un principio, la identificación con un partido llevaría a los sujetos a adherirse a determinadas actitudes y no al contrario. Sin embargo, los propios autores del grupo de Michigan reconocen que en ocasiones, esas actitudes pueden influir sobre la identificación con un partido.

Del planteamiento anterior se desprende una imagen negativa del votante. Este sería un individuo que alcanzaría su decisión de voto a través de la identificación con un

partido, identificación resultante de influencias familiares, y no mediante un contraste serio y riguroso entre las ofertas electorales que se le ofrecen y su sistema de creencias o intereses. Sears (1969) afirma que la identificación con un partido es:

> "un compromiso a largo plazo antes que el resultado de una 'adaptación' entre las posiciones de los partidos y las preferencias políticas del votante. De hecho no se relaciona significativamente con las posiciones políticas en la mayor parte de la población. Por tanto, las preferencias por los partidos no parecen muy sensibles a consideraciones políticas" (p. 368).

Esa imagen del votante, que algunos autores describen como votante dependiente, ha sido la dominante en los trabajos que sobre conducta de voto se han realizado durante la década de los 50 hasta principios de los 60. A partir de ese momento, los modelos anteriores comienzan a presentar dificultades a la hora de explicar la conducta de voto. Nie *et al.*, (1979) señalaban que en la década de los 60 los votantes prestaban una mayor atención a los temas defendidos por cada candidato, y son menos proclives a la identificación con un partido.

El trabajo clásico de Downs de 1957 *An Economic Theory of Democracy*, se convertirá en el nuevo marco de referencia para analizar la conducta de voto. Para Downs, este tipo de comportamiento debe ser juzgado bajo el supuesto de que los individuos actúan de modo racional. De acuerdo con ello, se presupone que los sujetos apoyarán aquellas opciones que les reportarán unos mayores beneficios.

Desde el momento en que la decisión de voto está determinada no por la lealtad o identificación con un partido, sino por las posiciones que éstos adoptan ante distintos temas, el votante queda con las manos libres para modificar su voto en las distintas elecciones. Esto permitiría explicar las variaciones en el sentido del voto que se producen entre una elección y otra, y que para Himmelweit *et al*. (1981) constituyen la norma y no la excepción en los procesos electorales de los últimos años.

Estos nuevos planteamientos dibujan un panorama más optimista tanto sobre el votante como sobre el proceso electoral. Lo curioso, es que estas nuevas aproximaciones no suponen una descalificación de los modelos previos, como es lo habitual en la investigación psicológica. Aquellos son considerados como válidos para el momento en que fueron aplicados, lo que ocurre es que el electorado ha sufrido profundas modificaciones en estos últimos años y ahora los determinantes de la decisión de voto son otros. En el trabajo anteriormente mencionado de Nie *et al*. (1979) se señala al contexto político como responsable de ese cambio. Pero sea ésta u otra la causa, como la mayor diferenciación de los partidos en temas relevantes y el énfasis que éstos hacen en los mismos, lo que parece cierto es que estamos ante un tipo de votante distinto al analizado en la década de los 50.

La característica común de los modelos actuales de conducta de voto, es su racionalidad. El votante es considerado como alguien que intenta maximizar su decisión, esto es, optará por aquella alternativa que mejor represente sus intereses o que defienda una visión de la sociedad más próxima a la suya. Por esta razón, los distintos intentos explicativos de la decisión de voto dedican buena parte de sus esfuerzos a conocer las

evaluaciones que hacen los sujetos de las diversas alternativas políticas.

Fishbein y Ajzen (1981) aplican su conocida teoría de la acción razonada al estudio del comportamiento electoral. Estos autores miden las actitudes hacia los partidos políticos o candidatos en base a las evaluaciones de los sujetos respecto a determinadas medidas políticas y a las creencias sobre la aplicación de esas políticas en el supuesto de que los partidos alcanzasen el poder.

Los resultados obtenidos por Fishbein y Ajzen muestran que los votantes de los candidatos demócrata y republicano se diferencian notablemente en sus creencias respecto a esos candidatos. Pero al margen de esto, lo más interesante es conocer las creencias que los distintos votantes mantienen sobre la política que defienden ambos candidatos. En relación a esta cuestión se observó que los votantes estaban de acuerdo, en cinco de los diez temas, en que la política de ambos grupos era diferente. En los cinco temas restantes existían discrepancias entre los votantes sobre qué partido era el más adecuado para solventarlos. Pero lo más significativo, era el hecho de que, precisamente, estos últimos problemas ocupaban los primeros lugares de interés en la agenda de los votantes.

Por su parte, Himmelweit *et al*. (1981), utilizando una metodología más sofisticada, evalúan no sólo lo deseable y la probabilidad de aplicación de una medida política concreta, sino que también tienen en cuenta el estado actual de esas cuestiones. Esto es, si un sujeto considera que lo realizado hasta este momento sobre un tema determinado es negativo, evaluará positivamente cualquier acción que, aún no siendo para él la más idónea, suponga una mejora respecto a la situación anterior.

En el trabajo de Himmelweit nos encontramos con un panorama similar al mostrado en la investigación de Fishbein y Ajzen. Los sujetos de las diferentes opciones políticas coinciden en la valoración de cuáles son los temas más relevantes. Además, los votantes de los principales partidos consideran que su opción es la que tiene más posibilidades de aplicar esa política.

Lo anterior revela que en buena medida la decisión del voto está basada no sólo en un conocimiento real y más o menos profundo de las distintas posiciones de los partidos, sino también en las creencias respecto de las capacidades de esos grupos para afrontar una serie de medidas políticas que permitan solventar las cuestiones que la población considera prioritarias.

Los modelos que, de modo muy sucinto, han sido expuestos en la páginas anteriores, pueden ser descritos también en función de la perspectiva temporal que adoptan en su relación con la conducta de voto. Así, el análisis socio-demográfico alude a la influencia de variables que resultan alejadas del comportamiento concreto que queremos estudiar, el modelo psicológico hace referencia a factores mediacionales y, finalmente, el planteamiento de Downs recurre a los aspectos concretos que se dan en esa situación.

CAPÍTULO 8

MOVIMIENTOS SOCIALES

8.1. Introducción

La preocupación por el estudio de los fenómenos colectivos no es algo reciente, baste recordar los trabajos de Le Bon sobre el comportamiento de las masas.

Le Bon, en su obra *La Psicología de las masas*, manifiesta de modo rotundo la opinión que tenía sobre esa forma de comportamiento colectivo. El sujeto participante en una masa se convierte, según ese autor, en un bárbaro guiado unicamente por sus instintos, lo que le conduce a descender varios peldaños en la "escalera de la civilización". Lo que subyace en el planteamiento de Le Bon es el temor a la organización y a la acción política de los ciudadanos. Para Le Bon,

> "las reivindicaciones de las masas se hacen cada vez más definidas y tienden a destruir radicalmente la sociedad actual, para conducirla a aquel comunismo primitivo que fue el estado normal de todos los grupos humanos antes de la aurora de la civilización" (1986, p. 21).

El desarrollo científico y el progreso son los enemigos del viejo orden que Le Bon defiende. Al rechazar por irracional la acción colectiva, Le Bon de hecho está tratando de impedir el cambio social, que se logra a través de la acción coordinada de grupos y colectivos humanos, y no mediante soluciones de tipo individual. Esta postura de Le Bon se enfrentaba con la mantenida por los teóricos de la Ilustración, uno de los cuales, Volvey, en su obra *The Ruins*, afirmaba de modo rotundo que los débiles debían unir sus intereses, en lugar de dividirlos. Pero eso, precisamente, era lo que temía Le Bon.

Pero como acertadamente señalan Seoane *et al*. (1988):

> "la aparición de movimientos colectivos de protesta en las democracias occidentales a finales de la década de los sesenta no sólo puso de manifiesto la aparición de formas innovadoras de acción social y política, coherentes, por otro lado, con la complejidad y estructuración de la organización social, sino que además vino a dar un nuevo contenido, e incluso marco teórico, al estudio de los fenómenos colectivos…" (p. 196).

Uno de los cambios más significativos en la consideración de esos comportamientos se produjo respecto a la racionalidad de los mismos. La concepción irracional y patológica de esas actividades colectivas, heredada de los trabajos de Le Bon y otros,

empieza a modificarse a medida que se toma conciencia de las razones que explican esa movilización y de que existen unas metas y objetivos claramente definidos.

Junto al tema de la irracionalidad, otro de los miedos que diferentes autores manifestaron ante esa forma de conducta colectiva, es la amenaza que podía suponer para la estabilidad del sistema democrático. En uno de los primeros textos dedicados a los movimientos sociales, *Social Movements: An Introduction to Political Sociology*, Heberle (1951), señala el componente claramente ideológico (alude al comunismo y fascismo) que existe en esos movimientos y el riesgo y desafío que entrañan para un sistema democrático como el de los Estados Unidos de América.

8.2. Definición de los movimientos sociales

Uno de los elementos que se enfatiza en las definiciones sobre los movimientos sociales es el de organización. Así, Wilson (1973) afirma que un movimiento social es un "intento organizado, colectivo y consciente para favorecer o resistir cambios a gran escala en el orden social a través de medios no institucionales" (p. 8). Rocher (1983) señala que un movimiento social "es una organización netamente estructurada e identificable, que tiene por objetivo explícito agrupar a unos miembros con miras a la defensa o a la promoción de ciertos objetivos precisos, de connotación generalmente social" (p. 532). Finalmente, Turner y Killian (1987) lo definen como "una colectividad actuando con alguna continuidad para promover o resistir un cambio en la sociedad de la cual forma parte" (p. 223).

En todas estas aproximaciones a la naturaleza de los movimientos sociales se destaca la existencia de algún tipo de organización en los mismos. Esto nos permitiría diferenciar a los movimientos sociales de otros tipos de conducta colectiva.

En el trabajo ya mencionado de Seoane *et al. (*1988) se comentan una serie de rasgos característicos y definitorios de los movimientos sociales. Esos rasgos serían los siguientes:

1) Existencia de un conjunto de creencias y acciones orientadas a la acción social.
2) Esas creencias y acciones deben tener un carácter colectivo.
3) Existencia de una estructuración interna.
4) Recurso a modalidades de acción política no convencionales.
5) Los movimientos sociales reflejan situaciones de conflictividad y cambio político.

A nuestro modo de ver, en esos elementos que citan Seoane y sus colaboradores se entremezclan aspectos descriptivos de esos movimientos, como por ejemplo estructuración interna, recurso a acciones no convencionales, con otros que implicarían una explicación del surgimiento y razón de ser de los movimientos sociales, tales como las creencias orientadas a la acción social, la existencia de conflictos y malestar, etc.

Klandermans (1989) apunta que los dos elementos esenciales en la definición de los movimientos sociales son:

a) Los movimientos sociales consisten en individuos interactuando.
b) Los movimientos sociales tratan de promover, controlar o evitar el cambio cultural y social.

Para Klandermans los movimientos sociales implican una variedad muy amplia de interacciones: entre los representantes del movimiento y los medios y las autoridades, entre los organizadores y potenciales participantes en el movimiento, etc. Esta característica de interacción resulta sumamente importante, pues a través de ella se va construyendo un significado compartido de la realidad.

En segundo lugar, y como se comentó anteriormente, los movimientos sociales están comprometidos con el cambio. Ese cambio puede ser en la posición que ocupan ciertas categorías sociales como los trabajadores, mujeres, inmigrantes, etc.; o cambios de naturaleza cultural, este sería el caso de la promoción de valores como la paz, la tolerancia, etc.

8.3. Marcos teóricos

En la década de los 70 se asiste al surgimiento de dos paradigmas fundamentales en el campo de los movimientos sociales: la teoría de la movilización de recursos y los nuevos movimientos sociales. La primera de esas formulaciones aparece vinculada geográficamente a los Estados Unidos de América, y la segunda a Europa. Las diferencias entre esos paradigmas van, obviamente, más allá de las simplemente territoriales.

De acuerdo con Tarrow (1988) en Europa se consideran las causas estructurales de los movimientos sociales, las identidades colectivas que expresan y su relación con el capitalismo avanzado. En los Estados Unidos de América, por el contrario, los autores que analizan esta problemática parecen más interesados en el estudio de las actitudes individuales, en los grupos que organizan la protesta y en las formas de acción que utilizan.

En relación a esas dos propuestas teóricas, Klandermans (1992) afirma que:

> "al comparar estos dos enfoques, me dí cuenta de que eran opuestos en muchos aspectos. La debilidad de uno parecía ser la fuerza del otro. Por ejemplo, los críticos de la teoría de la movilización de los recursos han acusado de subrayar excesivamente los aspectos organizativos y la importancia de los recursos, y de hacer caso omiso de los condicionantes estructurales de los movimientos. Melucci (1980) formuló esta crítica de forma sucinta: la teoría de la movilización de recursos se centraba demasiado en el 'cómo' y muy poco en el 'porqué' de los movimientos. El enfoque europeo se caracteriza por el problema opuesto. Su preocupación central por los orígenes estructurales de las tensiones sociales deja de lado el 'cómo' de la movilización. Mientras que la movilización de los recursos sostiene que la 'demanda' en este terreno (reivindicaciones) aparecerá siempre que exista una 'oferta' de organizaciones de movimientos sociales, el enfoque de los nuevos movimientos sociales parece afirmar que los movimientos sociales se materializan automáticamente

si existe una 'demanda' social que se concreta en unas reivindicaciones determinadas" (p. 183-184).

Hemos tomado esa larga cita de Klandermans porque recoge, creemos que de modo muy certero, las principales características y diferencias entre estas dos formulaciones. Sin embargo, y como comentaremos posteriormente, la posibilidad de análisis de los movimientos sociales no se agota en esas perspectivas. Antes al contrario, ambos planteamientos, y como muy bien señala Klandermans comparten "una importante debilidad". Pero antes de entrar en esa última cuestión es necesario que expongamos algunas de las principales características de esos dos modelos.

8.3.1. Teoría de la movilización de recursos

La teoría de la movilización de recursos surgió como reacción a toda una tradición socio-psicológica que enfatizó en exceso los determinantes motivacionales de la participación. De acuerdo con esa tradición, la participación en los movimientos sociales vendría determinada por los rasgos de personalidad, la marginalidad y alienación, o las injusticias y la ideología. Frente a la importancia concedida a esos aspectos, los teóricos de la movilización de recursos resaltan el papel que desempeñan en la movilización la disponibilidad de recursos y las oportunidades que tienen los ciudadanos para ponerlos en práctica. El planteamiento central de la teoría de la movilización de recursos podría ilustrarse de la siguiente manera:

> "dado que las injusticias son un elemento constante en cualquier tipo de sociedad, la explicación de estas actividades no puede descansar sobre ese aspecto, sino en las posibilidades y recursos de que disponen los grupos para la movilización" (Sabucedo, 1990a, p. 368).

Al margen de la relevancia que adquiere la organización del movimiento en sí, desde esta teoría se afirma que la decisión de participar en acciones de protesta de tipo colectivo es fruto de un proceso racional en el que se ponderan los costes y beneficios que pueden acarrear esas acciones, y las expectativas de éxito de las mismas. Estos dos elementos (costes y beneficios por un lado, y expectativas de éxito por otro) conforman, junto con la propia organización del movimiento, los pilares sobre los que se asienta el armazón teórico de la movilización de recursos. Teniendo en cuenta esos elementos, resulta evidente que esta aproximación se centra en los aspectos estructurales que ayudan a que la movilización tenga lugar, pero sin plantearse las cuestiones que pueden estar en la base de la propia movilización. A continuación analizaremos las variables fundamentales de esta teoría.

Uno de los aspectos a considerar es el de costes y beneficios de la participación. La introducción de estos aspectos posibilitó un análisis más detallado del proceso de reclutamiento de los movimientos sociales. Se establece una distinción, siguiendo el planteamiento de Olson, entre los denominados incentivos colectivos y selectivos.

Mientras los primeros ligan la motivación individual a la grupal, los incentivos selectivos hacen referencia a la particularidad, a lo que cada uno, de manera individual, puede recibir por su participación en la movilización. Al mismo tiempo, los incentivos selectivos se dividen en sociales –los que proceden de la evaluación que hacen de nuestra participación las personas a las que apreciamos y valoramos, esto es, los otros significativos– y no sociales –referidos a las ventajas particulares que se obtienen con la participación–.

La organización es otro factor esencial para la creación y pervivencia de los movimientos sociales. Los teóricos encuadrados en esta corriente suelen destacar una serie de funciones que cumple la organización de un determinado movimiento. Entre ellas, podemos señalar las siguientes: sensibilizar a la población sobre los objetivos que se persiguen, la disminución de los costes de la participación, mayor facilidad para el reclutamiento de participantes y, por último y quizá la más controvertida, incrementa la posibilidad de éxito. Como se puede observar, de nuevo se repiten dos elementos que resultan claves desde esta perspectiva: costes y beneficios por un lado, y probabilidad de éxito por otro. La organización como recurso supone un punto más de distanciamiento con las perspectivas tradicionales, que veían en el bajo nivel organizacional una de las características de los movimientos sociales.

Otro componente de la teoría es la expectativa de éxito. Con esto, se refieren a las consecuencias de la acción, y más concretamente, a la posibilidad de conseguir o no los objetivos que se persiguen con las movilizaciones. Si la participación en acciones de protesta puede acarrear altos costes a las personas que las realicen, es obvio considerar que antes de llevarlas a cabo piensen en la probabilidad de éxito que tendrán esos comportamientos. A pesar de que esta suposición parece lógica y razonable, algunas investigaciones han arrojado resultados contradictorios. Pinard y Hamilton (1986) han encontrado que unas expectativas optimistas sobre el éxito no eran una condición para la participación. Los autores explicaron este resultado en función del bajo nivel de costes y beneficios que presentaba la forma de participación a los que estaban asociados –intención de voto por un partido separatista– y asumían un papel más importante de las expectativas cuando la participación involucre o incumba más a los sujetos.

A modo de recapitulación podemos decir que desde la teoría de la movilización de recursos la participación en movilizaciones de tipo colectivo se considera fruto de un proceso racional en el que se ponderan costes y beneficios, se analizan las estrategias a seguir y se estudian las posibilidades de que sus acciones produzcan el resultado apetecido. Además, los movimientos sociales se consideran como dinamizadores de la sociedad, es decir, que juegan un importante papel como agentes de cambio social. Del mismo modo, la teoría de movilización de recursos concibe el surgimiento de tales movimientos como fruto, no del descontento o injusticias sociales que consideran omnipresentes en todas las sociedades, sino de los cambios estructurales a largo plazo que se producen en las mismas, los cuales suponen, a su vez, cambios en la organización, recursos y oportunidades para la participación.

Esta teoría ha sido muy bien acogida por la mayoría de los investigadores en este

campo, de tal manera que algunos autores han llegado a considerarla como la aproximación dominante. No obstante, trabajos como los de Sabucedo (1990a) o del propio Klandermans (1988, 1989), señalan una serie de aspectos cuestionables en torno a esta formulación.

Un primer punto de controversia está relacionado con el excesivo énfasis que ha puesto en los elementos que contribuyen a la realización de la movilización. La teoría de la movilización de recursos parece haberse centrado en el cómo de los movimientos sociales, esto es, en el cómo se organiza un movimiento una vez que se ha tomado conciencia de que esa movilización debe llevarse a cabo. Sin embargo, parecen despreocuparse del por qué de las mismas. El hecho de destacar unos elementos que pueden resultar importantes no debe conllevar, de manera sistemática, la eliminación o marginación de otros que pueden estar desempeñando un papel relevante en el proceso de movilización.

En línea con lo anterior, otro eje de crítica se centra en la función que esta teoría atribuye a los factores de descontento e injusticia. El simple hecho de que la privación y las injusticias sociales sean una constante en la sociedad, no descarta que puedan desempeñar un significativo papel a la hora de decidir participar en las acciones colectivas. Además, y este es un factor sobre el que volveremos más tarde, lo importante no es el hecho de que existan injusticias, sino que los sujetos las perciban como tales.

Así pues, y como expusimos en otro momento (Sabucedo, 1990), la teoría de la movilización de recursos tiene una serie de limitaciones

> "en cuanto a su capacidad de explicación del proceso completo de acción y movilización. Desde nuestra perspectiva, previamente a que los sujetos se planteen cuestiones tales como los costes o beneficios de la participación, las expectativas de éxito, etc., es necesario que asuman la necesidad de la acción política" (p. 369).

8.3.2. Teoría de los nuevos movimientos sociales

La teoría de los nuevos movimientos sociales trata de encontrar en la aparición de nuevos agravios o injusticias, la piedra angular sobre la que se asienten sus explicaciones de la participación en las nuevas formas de movilización. Con ello se intentará analizar las variables que pueden estar en la base de la dinámica de la acción social. Desde esta aproximación, los cambios estructurales en la sociedad van a ser los responsables de la aparición de los nuevos movimientos de protesta.

Estos nuevos movimientos a los que se hace mención (estudiantil, ambiental, pacifista o feminista) suponen una ruptura con los valores más tradicionales y, por tanto, una reacción a los cambios estructurales en las sociedades occidentales industrializadas. La composición de tales movimientos, así como la utilización de los cauces menos convencionales de acción, son otros de los rasgos definitorios de estas nuevas formas de acción política.

Esos movimientos se caracterizarán por la existencia de un nuevo código axiológico donde la preocupación por el desarrollo económico ya no ocupa un lugar prioritario. Los

nuevos movimientos sociales no aceptan las premisas de una sociedad basada en el crecimiento económico, rompiendo, de esta manera, con los valores tradicionales de una sociedad de corte capitalista.

El trabajo de Inglehart (1977) puede suponer un ejemplo válido del cambio de valores que se ha producido en un amplio sector de la población. Desde el momento en que las cuestiones materiales y económicas pasan a un segundo plano, surge el interés por aspectos más relacionados con el propio desarrollo personal y la mejora general de la calidad de vida.

Un segundo aspecto a resaltar es que la clase social no supone una predisposición para determinado tipo de acciones. En este sentido, se habla de dos grandes grupos de personas. Por un lado, estarían los que sufren, en cualquier medida, las consecuencias de la modernización y de los cambios estructurales, esto es, los sujetos que han sido marginados en el proceso de desarrollo social. Contrariamente a lo pudiera pensarse, estos sujetos no son miembros de una clase social determinada, sino que pueden encontrarse en diferentes estratos sociales. Por otro lado, estarían aquellos que, en función de los nuevos valores que defienden, deciden participar en movimientos que supongan alternativas a las políticas tradicionales. Este grupo estaría formado por aquellos sujetos que son más sensibles a los problemas propios de ese proceso de modernización. Generalmente, los miembros de este grupo suelen ser jóvenes de la nueva clase media. Son precisamente este grupo de personas la principal fuente de reclutamiento de miembros para estos nuevos movimientos sociales.

Al contrario de lo que ocurría con la teoría de la movilización de recursos, desde la perspectiva que ahora estamos analizando se hace especial hincapié en la existencia de agravios e injusticias sociales para justificar la implicación de los sujetos en los comportamientos colectivos de protesta. No queremos afirmar que eso es incorrecto, simplemente queremos comentar que nos parece incompleto. La explicación de la movilización política requiere, creemos que de forma obligada, aludir a las circunstancias y procesos que hacen que los sujetos perciban una situación como problemática y deseen, además, implicarse activamente en su solución.

Ese último comentario que acabamos de realizar es válido para los dos modelos que hemos expuesto en las páginas anteriores. Klandermans (1992) lo expresa claramente en los siguientes términos:

> "Las dos teorías podrían complementarse mutuamente si no compartieran una importante debilidad. Ninguna de las dos explica qué hace que las personas definan su situación de tal manera que la participación en un movimiento social les parezca lo más apropiado" (p. 184).

El problema que se está planteando en este momento, es que ninguna de esas aproximaciones logra explicar convenientemente la auténtica génesis del proceso de movilización y acción política. Permítasenos citar lo que en otro momento comentábamos al respecto:

"A nuestro entender, no se trata ni de afirmar que el descontento y las injusticias son las responsables de este tipo de actividades ni de asumir un tanto ligeramente de que dado que están tan extendidas en la sociedad no merecen una atención especial. El problema, nos tememos, es más complejo que todo eso. Las injusticias, los agravios y, en general, cualquier evento o circunstancia social de la naturaleza que sea, sólo existen desde el momento en que los sujetos los perciben como tales. Los hechos sociales no tienen sentido fuera de un determinado marco interpretativo" (Sabucedo, 1990, p. 373).

8.3.3. La construcción social de la protesta

En los últimos años estamos asistiendo a la formulación de diversas propuestas teóricas que tienen en común el resaltar que los problemas sociales y las acciones de protesta responden a procesos de definiciones colectivas, y no a ninguna realidad externa y objetiva. Al margen de esa coincidencia básica, esos planteamientos tienen notables diferencias entre sí. Klandermans (1992) comenta algunas de esas perspectivas.

La liberación cognitiva alude a las transformaciones que se pueden producir en el sistema cognitivo de los sujetos motivadas por el cambio en las condiciones políticas. Esos cambios se referirían a lo siguiente:

a) Pérdida de legitimidad del sistema.
b) Desaparece el fatalismo de los ciudadanos.
c) Se incrementa el sentido de eficacia.

En esta situación, cuando se deja de confiar en el sistema y los ciudadanos adquieren conciencia de su capacidad de producir cambios, se incrementan las posibilidades de implicarse en acciones colectivas de protesta.

Gamson (1989) se preocupa por el impacto del discurso público en las identidades colectivas. Gamson es consciente de la enorme importancia que tienen los medios de comunicación de masas en la definición e interpretación de las situaciones. Al mismo tiempo, esos medios entran en clara competencia con otras instancias, como pueden ser los propios movimientos sociales, generadoras de discursos sobre la realidad.

En ese sentido, los medios pueden convertirse en aliados o adversarios de esos movimientos. En el tema dedicado a los medios de comunicación de masas abordaremos esta cuestión con más detalle.

Otra de las aproximaciones a los movimientos sociales es la representada por el trabajo de Snow *et al. (*1986). Estos autores se refieren al "frame alignment", al alineamiento de marcos o esquemas, como

"al vínculo entre los individuos y las orientaciones interpretativas de las organizaciones de los movimientos sociales, de tal manera que algún grupo de valores, intereses y creencias personales se

hacen congruentes y complementarias con la ideología, metas y actividades de las organizaciones de los movimientos sociales" (Snow, *et al.*, 1986, p. 464).

Los movimientos sociales proporcionan una descripción e interpretación de la realidad y tratan de que sea asumido por la mayor parte posible de los ciudadanos. En el proceso de movilización, en el que el discurso de esos grupos adquiere mayor visibilidad social, persiguen que los esquemas y visiones previas de los individuos se modifiquen en la línea de lo que ellos mantienen. En el proceso de alineamiento de marcos, se identifican cuatro actividades:

1) Construcción de un marco puente.
2) Amplificación del marco.
3) Extensión del marco.
4) Transformación del marco.

Sin duda, y como señalan estos autores, uno de los principales retos a los que se enfrenta cualquier movimiento social es el de hacer coincidir sus reivindicaciones con las inquietudes, expectativas, deseos, etc., del resto de la población. Si el movimiento logra que su discurso sintonice con el sistema de creencias, sensibilidades, etc., de la población, habrá dado un paso muy importante para el logro de sus objetivos. El problema que se plantean estos autores es similar al que formulara el filósofo marxista italiano Gramsci. Gramsci estaba interesado en conocer cómo se podía lograr que la población asumiera los principios de la filosofía de la praxis. Para él estaba claro que eso no sería posible con el simple enfrentamiento entre los postulados de esa filosofía y el sentido común que mantenían los sujetos. La estrategia a seguir debería ser otra: relacionar las nuevas ideas con las creencias de sentido común de los sujetos. De esta manera se producirían menos resistencias, ya que los sujetos estarían tratando con algo que les resulta familiar y con lo que tienen experiencia. En términos de la teoría de las representaciones sociales, se trataría de que el nuevo conocimiento se anclase en el sistema de creencias de los sujetos.

Otro de los aspectos importantes en los movimientos sociales, es la creación de una identidad colectiva. La psicología social de los grupos y relaciones intergrupales puso de manifiesto, de forma reiterada, la importancia del desarrollo de la conciencia de pertenencia grupal para explicar determinado tipo de comportamientos. Desde el momento en que nos sentimos miembros de un grupo, no sólo compartimos la representación del mundo de ese grupo, sino que se desarrolla un sentimiento de pertenencia, un "nosotros", que resulta básico y fundamental para movilizarse contra acciones que puedan adoptar los "otros". Melucci analiza los movimientos sociales como microcosmos en el que los individuos, a través de la interacción, van negociando un significado alternativo de la realidad y van formando una identidad colectiva.

Finalmente, haremos referencia a otro concepto que últimamente, y cada vez con más fuerza, está siendo utilizado en la explicación de los movimientos sociales. Nos

referimos a los marcos o esquemas de acción colectiva. El concepto de marcos o esquemas de acción colectiva se plantea, al igual que las formulaciones anteriores, desde la perspectiva construccionista de la protesta política.

Los esquemas de acción colectiva aluden a un tipo específico de construcción de la realidad; a una construcción que anima la protesta. La definición de Snow y Benford (1992) de esquemas de acción colectiva, va claramente en ese sentido. Para esos autores, los esquemas de acción colectiva consisten en grupos de creencias y significados orientados a la acción que inspiran y legitiman las actividades y campañas del movimiento social. El trabajo de Snow y Benford se centra fundamentalmente, como señalamos con anterioridad, en el proceso que vincula los planteamientos de los individuos con los del movimiento.

En un excelente trabajo, Gamson (1992) trata de elaborar el contenido de esos esquemas de acción colectiva que permiten que los individuos se movilizen e inicien acciones de protesta. En su opinión ese grupo de creencias orientado a la acción contiene tres componentes:

a) Injusticia.
b) Identidad.
c) Eficacia.

El componente de injusticia se refiere a la evaluación de una situación como injusta. Pero esta dimensión, como nos recuerda Gamson, no refleja

> "únicamente un juicio intelectual o cognitivo sobre lo que es equitativo, sino también lo que los psicólogos cognitivos llaman una cognición caliente –una cognición cargada de emoción–" (p. 7).

La emoción a la que se refiere Gamson es la ira. La investigación psicosocial mostró que la ira es una emoción que aparece en aquellas situaciones en las que los individuos responsabilizan a agentes externos de situaciones no deseadas. En este sentido se hace preciso culpabilizar a alguien de esas condiciones adversas. Para ello, va a ser fundamental la existencia del componente de identidad.

El componente de identidad tiene dos elementos. El primero, es la definición de una identidad colectiva: un "nosotros". "Nosotros" somos aquellos que nos percibimos compartiendo la misma situación injusta. Ese "nosotros" puede referirse a grupos muy concretos y reducidos o a amplias capas de la sociedad.

El segundo elemento es la definición de un oponente: un "ellos", las personas (autoridades, élites u otros grupos) a los que responsabilizamos de la situación adversa. Por tanto, el segundo componente es también un esquema de adversario. Desde una perspectiva psicosocial, el esquema de adversarios implica una atribución causal: el que causa la situación, es culpado por ello. El esquema de identidad no puede ser separado del esquema de injusticia dado que solo hay razón para culpabilizar a alguien en el caso de que se experimente injusticia.

El componente de eficacia se refiere a la creencia de que es posible alterar las

condiciones o políticas a través de la acción colectiva. En este sentido, los esquemas de acción colectiva desafían los sentimientos de inmutabilidad o fatalismo que pueden desarrollarse respecto a las situaciones sociales adversas. Los movimientos sociales tratan, así, de hacer que los individuos se sientan protagonistas de sus propias vidas, que asuman que, si se lo proponen y actúan conjuntamente, son capaces de cambiar aquello que les disgusta.

Gran parte del esfuerzo intelectual de Martín Baró se dirigía a combatir los sentimientos de resignación del pueblo de El Salvador. En este sentido, reclamaba un mayor compromiso de la psicología social, y por eso mismo afirmaba:

> "Si a la psicología social le compete el estudio de lo ideológico en el comportamiento humano, su mejor aporte al desarrollo de la democracia en los países latinoamericanos consistirá en desenmascarar toda ideología antipopular, es decir, aquellas formas de sentido común que operativizan y justifican un sistema social explotador y opresivo. Se trata de poner al descubierto lo que de enajenador hay en esos presupuestos en que se enraiza la vida cotidiana y que fundamenta la pasividad, la sumisión y el fatalismo" (Martín Baró, 1985, p. 6).

Esa resignación y fatalismo del que hablaba Martín Baró, y que se constituye en barrera importante para la acción política, es totalmente coincidente con ese esquema de eficacia planteado por Gamson.

En una investigación sobre la protesta de los agricultores en Holanda y España (De Weerd, Klandermans, Costa y Sabucedo, 1994; Klandermans, De Weerd, Sabucedo y Costa, 1995), los componentes de los esquemas de acción colectiva aparecen operacionalizados de la siguiente manera. El componente cognitivo del esquema de injusticia se operacionalizó en tres diferentes maneras de deprivación:

a) Ingresos.
b) Consideración social.
c) Expectativas de futuro.

Como componentes afectivos del esquema de injusticia se midió la ira y el abandono.

En lo que respecta al esquema del adversario, el componente cognitivo se evaluó a través de una cuestión abierta en la que se le preguntaba a los sujetos quién era responsable de la actual situación de la agricultura. El componente afectivo de este esquema se medía con dos preguntas abiertas dirigidas a los agricultores que habían manifestado sentir ira y/o abandono.

Finalmente, se evaluó el componente de eficacia. A los agricultores se les preguntó sobre las posibilidades que tenían determinadas formas de protesta para cambiar situaciones no deseadas. También se solicitó su opinión sobre la eficacia de las acciones colectivas en el pasado. De ese trabajo sobre la protesta de los agricultores en Holanda y

España no podemos, en estos momentos, dar muchos resultados, pues la investigación todavía no ha concluido. Pero quizá tenga interés conocer cuáles son las puntuaciones de esas dos muestras en los distintos elementos de los esquemas de acción colectiva. Los resultados que se presentan a continuación son los obtenidos en la primera aplicación del cuestionario (el diseño de la investigación contempla tres pases de pruebas, con un intervalo de varios meses entre ellas).

Entre los datos más destacados del Cuadro 8.1, se podrían mencionar la mayor puntuación de la muestra española en los sentimientos de eficacia política, y la media más elevada de la muestra holandesa en el componente afectivo del esquema de injusticia. Pero todos estos resultados, y esto es conveniente recordarlo de nuevo, son meramente indicativos, ya que el trabajo del que han sido tomados está todavía en fase de realización. A pesar de la virtualidad que pueden poseer esos distintos enfoques que asumen la perspectiva de la construcción social de la protesta, el panorama puede resultar un tanto desordenado, cuando no caótico, sino se busca alguna forma de integración de los mismos. Ese es precisamente el objetivo de Klandermans (1992), cuando afirma que la acción colectiva debe tratarse simultáneamente como variable dependiente y como independiente.

CUADRO 8.1

Medias de los agricultores españoles y holandeses en los tres componentes de los esquemas de acción colectiva (De Weerd, Klandermans, Costa y Sabucedo, 1994)

		Holanda	*España*
Componente de injusticia	• Afectivo	3.70 α=.59	2.89 α=.64
	• Cognitivo	4.26 α=.58	4.78 α=.61
	• Injusticia	3.91 α=.59	3.65 α=.54
Componente de identidad	• Nosotros • Identificación con otros agricultores	2.88 α=.71	3.37 α=.66
	• Ellos • CE responsable de la situación de los agricultores	3.29	2.98
	• Ellos • Gobierno Central responsable de la situación de los agricultores	3.17	3.58
	• Ellos • CE responsable de la situación agrícola nacional	3.50	3.17
	• Ellos • Gobierno Central responsable de la situación agrícola nacional	3.04	3.70
Componente de eficacia		2.79 α=.73	3.18 α=.72

* Todas las diferencias entre las medias españolas y holandesas son significativas.

Esto es, por un lado, "la construcción social del significado precede a la acción colectiva y determina su dirección, pero por otro lado, la acción colectiva, a su vez, determina el proceso de construcción de significado" (p. 190).

De acuerdo con lo anterior, Klandermans señala que en el proceso de construcción social del significado se pueden distinguir tres niveles:

a) El discurso público y la formación y transformación de identidades colectivas.
b) La comunicación persuasiva durante las campañas de movilización por parte de las organizaciones de movimientos y contramovimientos, así como de sus oponentes.
c) La concienciación durante los episodios de protesta.

El primer nivel se refiere a la necesidad que tiene cualquier tipo de discurso con vocación de incidencia social de resultar visible para la mayor parte de la población. De nuevo, en este aspecto, hay que recordar el papel fundamental que desempeñan los medios de comunicación y las estrategias que deben utilizar los movimientos sociales para ser objeto de atención por parte de aquellos. En este momento se trataría de definir los temas que van a ser objeto de debate y las grandes líneas de aproximación a los mismos. Al tiempo que esto se produce, los individuos buscan validar sus puntos de vista y creencias a través de la relación con los otros, contrastando y comparando las opiniones, lo que favorece la creación de identidades colectivas.

El segundo nivel alude, fundamentalmente, a la construcción social de la protesta. Los movimientos sociales tratan de definir e interpretar las situaciones que les preocupan de tal manera que provoque la simpatía y el apoyo de la mayoría de la población. En este sentido, deben tratar de vincular esos temas con los problemas de los ciudadanos y con las creencias y valores que éstos mantengan. Pero no sólo son los movimientos sociales los que tratan de persuadir al resto de los ciudadanos de la bondad de sus posiciones. Las instancias que son objeto de crítica por los movimientos y los grupos opuestos a los intereses de aquellos, tratarán también de incidir en la percepción y evaluación que se tiene de esos problemas.

El último de los niveles trata de poner de manifiesto la relevancia que tiene la participación en el movimiento para la concienciación. La protesta política no supone, según este planteamiento, el resultado final del proceso de construcción de la realidad social. El tomar parte en este tipo de actividades contribuye de forma muy significativa a ese proceso de dotar de significado a la realidad.

A pesar de la variedad de perspectivas que caracterizan a la construcción social de la protesta, consideramos que este enfoque se revela sumamente prometedor para analizar la dinámica de los movimientos sociales. Posiblemente en los próximos años, y

recurriendo a estrategias metodológicas más flexibles, asistamos a desarrollos importantes en este ámbito.

8.3.4. Estructura de oportunidad política

Como apuntamos en otros momentos, el estudio de los movimientos sociales es complejo dado la gran variedad de variables y de niveles de análisis que están implicadas. Por ese motivo, y además de los aspectos comentados hasta este momento, creemos que es necesario aludir, aunque sea de forma necesariamente breve, a otra de las dimensiones que está incidiendo en esta problemática: la estructura de oportunidad política.

El concepto de estructura de oportunidad política quiere poner de manifiesto que ciertas características del sistema pueden favorecer o inhibir la protesta política. Algunas de las variables que han sido puestas en relación con la estructura de oportunidad política son: la estabilidad o inestabilidad de las alianzas políticas, la capacidad del gobierno para la toma de decisiones, las divisiones dentro del grupo dominante o su tolerancia hacia la protesta, etc.

Uno de los aspectos de interés de este concepto de estructura de oportunidad política es que ayuda a comprender las diferencias observadas en los resultados obtenidos por movimientos similares en contextos distintos. En este sentido, permite una visión más completa del fenómeno de la protesta política. No sólo es importante atender a las condiciones y dinámicas de los propios movimientos sociales, sino que hay que considerar otros elementos de interés que están interviniendo en este problema: el grupo(s) contra el que se dirige las acciones de protesta y el contexto en el que esas actividades tienen lugar.

A pesar de las virtualidades que parece tener este concepto, existen algunos problemas. En primer lugar, dada la innumerable lista de aspectos que pueden relacionarse con la estructura de oportunidad política, debemos hablar más de un cluster de variables que de una variable única. Aludiendo a esta circunstancia, Tarrow (1988) señala que una situación aparentemente clara como la inestabilidad electoral, puede adoptar diferentes formas y ser evaluada de manera distinta en los diversos sistemas electorales.

En segundo lugar, está la cuestión de la naturaleza de esta variable. El término *estructura de oportunidad política*, parece referirse a una entidad objetiva, externa e independiente de la percepción y creencias de los sujetos. Considerada de esta forma se podría establecer una comparación entre índices objetivos de estructuras de oportunidad política y grado de activismo de la población. Sin embargo, consideramos que ese no es el tratamiento adecuado para esa variable. Lo importante no son tanto las características objetivas de una determinada estructura política, como la percepción que tengan los sujetos de las mismas.

Un tercer elemento crítico advierte del peligro que puede suponer centrarse en la estructura de oportunidad política y olvidar la problemática de los actores colectivos. Melucci (1988) nos recuerda la necesidad de no incluir a todos esos actores dentro de

una misma categoría, ya que, según este autor, existen importantes diferencias entre lo que son los movimientos sociales, los grupos de interés y otros actores colectivos.

Esa última reflexión de Melucci, le sirve a Tarrow (1988) para introducir el concepto de sector de movimiento social. Con este concepto se quiere poner de manifiesto la idea de que un movimiento social no actúa de modo aislado o independiente, sino que suele existir toda una red de grupos, más o menos afines entre ellos, que se caracterizan por plantear alternativas respecto a un grupo hegemónico. Tarrow (1988) define el sector de movimiento social como la asociación de individuos y grupos que desean implicarse en acciones directas subversivas contra otros para la consecución de acciones colectivas. Una de las ventajas de esta conceptualización es que el sector de movimiento social no aparece limitado a los movimientos sociales. Por supuesto, estos últimos forman parte de esa estructura, pero junto a ellos, habría que incluir a personas que participan esporádicamente en ese tipo de acciones, a grupos establecidos que recurran a esos comportamientos no institucionales, etc.

Además de lo anterior, el sector de movimiento social ilustra, también, el potencial de protesta de una sociedad en un momento determinado y constituye una red de comunicaciones que facilita la difusión y prueba de nuevas formas de acción, estilos organizacionales y, especialmente, temas ideológicos.

Tal y como hemos expuesto en las páginas anteriores, existen diversas maneras de afrontar el estudio de los movimientos sociales. Muchos de esos enfoques se dirijen a analizar diferentes aspectos de la organización, dinámica y actividad de estos movimientos. A pesar de que la investigación haya primado unos temas sobre otros, el gran reto que tenemos por delante es tratar de integrar esas distintas aportaciones. De esta manera, incrementaremos sensiblemente nuestro conocimiento sobre este importante fenómeno de la vida política.

CAPÍTULO 9

TOMA DE DECISIONES Y CONFLICTOS EN POLÍTICA INTERNACIONAL

9.1. Introducción

Las décadas de los cincuenta y los sesenta marcaron el inicio del interés de la Psicología Política por el tema de las políticas y conductas internacionales. Por entonces, la amenaza que suponía para la humanidad la llamada "guerra fría" llevó a los investigadores a prestar mayor atención a los procesos que podían contribuir a mejorar las relaciones entre las superpotencias y, en consecuencia, a reducir un conflicto con unas consecuencias catastróficas previsibles y, lo peor de todo, irreversibles para el ser humano. Si bien es cierto que este campo concreto implica contactos a nivel de Estados o Comunidades, también lo es que dichos Estados o Comunidades no son entes abstractos sino que están formados por personas, por lo que una aproximación al mismo desde una perspectiva psicopolítica no sólo parece justificable, sino también imprescindible. Por lo anterior se podría decir que se trata de una condición necesaria y suficiente para abordar el estudio de las relaciones internacionales desde una disciplina que, como la Psicología Política, conjuga procesos individuales y políticos.

Pero para que la conexión entre estos dos niveles de análisis, es decir, por un lado la Psicología Política, y, por otro, el tema de las relaciones internacionales, sea más fructífera y profunda, o no se quede sólo en una simple declaración de intereses comunes, debemos ser capaces de aplicar el conocimiento generado desde la primera a la resolución de problemas o conflictos inherentes a la segunda. Si no fuera así, se podría tildar a esta disciplina de una especie de intrusismo científico, en tanto en cuanto pretendería apropiarse o ampliar su radio de acción a un campo que le sería totalmente ajeno. No obstante, este no es el caso, y buena prueba de ello, entre otras, es que el tema de las relaciones internacionales se ha convertido en una constante en los congresos anuales que realiza la Sociedad Internacional de Psicología Política, uno de los principales foros de debate para los investigadores encuadrados dentro de esta disciplina.

9.2. Sobre algunos tópicos de investigación y conducta internacional

En función de lo comentado, debemos ser capaces de concretar un poco más el nexo entre la Psicología Política y el tema de las relaciones internacionales. Para ello intentaremos analizar una serie de tópicos cuya importancia en este campo concreto

parece fuera de toda duda, y sobre los que, prácticamente desde sus inicios, ha incidido esta disciplina. Pero también debemos ser conscientes de que la conducta internacional tiene unas características propias, por lo cual no basta sólo con extrapolar o generalizar a éste los resultados encontrados en otros campos.

Un aspecto que se antoja fundamental en las relaciones internacionales es el referido a la percepción social. La interpretación que se haga de los distintos acontecimientos sociales está basada, en gran medida, en la percepción que se tenga de la realidad. Pero esta última no es algo objetivo, o tal vez mejor, no es algo que se pueda medir de forma objetiva, pues en dicha evaluación están influyendo una serie de procesos que introducen distorsiones en la misma. Con ello queremos resaltar que la "realidad" no es más que un fenómeno de reconstrucción subjetiva de hechos que suceden en un momento y contexto determinado. Por lo tanto, habrá tantas "realidades" como reconstrucciones de la misma se realicen. Estas distintas versiones, cuando afectan a los intereses de dos países, pueden producir conflicto o enfrentamiento entre ambos.

En otro momento (Sabucedo y Rodríguez, 1990), señalábamos que "los discursos y explicaciones generadas en los distintos grupos proporcionan a los sujetos los argumentos para enfrentarse a su realidad y al mundo político" (p. 66). Con ello queríamos enfatizar, como acertadamente afirmaba Gamson (1988), que "los eventos toman sus significados de los discursos en los cuales están insertos" (p. 242).

Así pues, la percepción está introduciendo distorsiones en la construcción de la realidad social, aunque lo contrario también puede ser cierto, es decir, el proceso de reconstrucción hace que percibamos de una u otra manera "nuestra" realidad en función de los distintos filtros culturales.

Frank (1970), en su artículo *The face of the enemy* (Cfr. en Rodrigues, 1976), nos proporciona dos buenos ejemplos de cómo un hecho más o menos objetivo es interpretado de distinta manera. Ahora bien, mientras el primero de ellos, por su contexto (investigación de laboratorio) y por su alcance (más psicológico que social o político), no parece el más adecuado para su inclusión en estas páginas, el segundo sí resulta más pertinente por sus connotaciones psicopolíticas. Precisamente este último es el que recogeremos aquí. Nos referimos a la invasión rusa de Checoslovaquia en 1968. Mientras para los norteamericanos se percibió como una violación no provocada, para los rusos la acción era justificada en cuanto que impedía el ascenso de fuerzas anticomunistas que podían hacer peligrar a las naciones firmantes del Pacto de Varsovia. Como se puede apreciar, las dos partes construyeron un discurso distinto, percibieron una realidad diferente de un mismo evento; realidad que, llegado el momento, será el objeto de las posibles conversaciones o negociaciones, constituyéndose en uno de los elementos que dificultan la consecución de un acuerdo final satisfactorio.

En 1995 se produjo una situación conflictiva que, por su proximidad a nosotros y otras razones, no nos resistimos a comentar. Nos referimos concretamente a la tensión suscitada entre Canadá y España (y que arrastra, por tanto, a la Unión Europea), debido al apresamiento de un pesquero español que faenaba en los caladeros de Terranova. Mientras el Gobierno canadiense justificó su acción en función de la defensa de su banco

de fletán esgrimiendo, para ello, argumentos de tipo ecológicos, nuestro país lo interpretó como un acto de piratería y transgresión de leyes internacionales. No vamos a entrar aquí en la valoración del acuerdo alcanzado, pues creemos que no es este el lugar ni el momento propicio, ni tampoco nosotros los más indicados para hacerlo. Pero lo que parece evidente es que las posiciones adoptadas por ambas partes en las conversaciones, han estado mediatizadas por la distinta reconstrucción (realidad) del evento. Así pues, estas interpretaciones de la realidad, antes que la realidad en sí misma, se convertirán en guía para las posibles acciones políticas.

Pero para que las interpretaciones que se hagan desde distintas instancias de poder sean compartidas por sus ciudadanos, es necesario que sean transmitidas a través de los canales más adecuados. Aquí es donde toma una importancia capital, entre otros, el papel de los medios de comunicación. Su rol no se circunscribe únicamente, como se deriva de los muchos estudios realizados sobre esta temática, a la transmisión de una determinada información o posicionamiento político, sino que también son un elemento importante en la formación de una opinión concreta. En otro capítulo de este libro se analizará la influencia de los *mass media* sobre distintos aspectos de la conducta y realidad socio-política, razón por la cual no vamos a profundizar más en el mismo en este momento. Simplemente nos sirve para proporcionar un dato más al lector de este trabajo, sobre la relevancia y pertinencia de esta aproximación multidisciplinar, que es la Psicología Política, al tema de las relaciones internacionales.

Como señalábamos anteriormente, la diversa reconstrucción de la realidad puede llevar a las distintas partes a un conflicto. Si bien en un momento posterior de este capítulo abordaremos el tema de la resolución del conflicto internacional, permítansenos ahora unas breves referencias al mismo.

Los estudios clásicos sobre resolución de conflictos, realizados generalmente en el ámbito del laboratorio, pretenden conocer las estrategias necesarias que transformen las iniciales actitudes competitivas, propias de una situación conflictiva, en otras más cooperativas que permitan la obtención de un acuerdo. Dichas investigaciones, según Rodrigues (1976), pusieron de manifiesto que

> "existe una mayor cooperación cuando el centro de la disputa de intereses es de mayor relevancia y capaz de provocar consecuencias más importantes sobre las partes en litigio" (p. 420).

Una extrapolación de este hallazgo de laboratorio al campo de las relaciones internacionales (con las limitaciones y precauciones, como ya hemos indicado, que se deben tomar en consideración cuando se hace una generalización basada en datos obtenidos en un contexto tan diferente), nos lo proporciona ese mismo autor cuando comenta el ya famoso conflicto que supuso la instalación de misiles en Cuba. Según él, la fuerte amenaza de holocausto nuclear y las devastadoras consecuencias que se podían derivar de esta confrontación entre los Estados Unidos de América y la extinta Unión Soviética, condujo a las partes a un compromiso capaz de evitar tales riesgos.

Si echamos un vistazo a acontecimientos más cercanos en el tiempo, también

encontraremos buenos ejemplos de cómo el campo de las relaciones internacionales sigue aprovechando los conocimientos derivados de la Psicología Política en lo que se refiere a la resolución de conflictos. Piense el lector en la estrategia seguida por Gorbachov para limar la tensión con sus oponentes norteamericanos. Seguramente sin muchos esfuerzos, podrá comprobar que el padre de la *perestroika* no hizo más que aplicar a este caso concreto lo que Osgood, a finales de los años cincuenta, denominaba la estrategia GRIT. Esta estrategia consiste en una serie de decisiones unilaterales graduadas, desde las de menor riesgo a las más arriesgadas e importantes, con la expectativa de que la otra parte adopte otras similares, y así crear un mejor escenario para posibles procesos de negociación posteriores.

Pero, como señalábamos al principio de este apartado, la conducta internacional tiene unas características propias. En este sentido, uno de los trabajos más influyentes para la aparición de lo que hoy conocemos como Psicología Política, es el de Kelman (1965), que nos alerta de este aspecto que resulta fundamental y que, a menudo, pasa inadvertido cuando se extrapolan datos obtenidos en diferentes ámbitos. Es decir, siguiendo a Moya y Morales (1988):

> "al extender abusivamente los conocimientos generados por la psicología individual a la conducta internacional de guerra y paz, se olvidan los aspectos contextuales que confieren a las relaciones internacionales una dimensión que le es esencial" (p. 64).

En esta interpretación del trabajo de Kelman, los autores continúan diciendo que:

> "los factores psicológicos formarán parte de una (potencial) teoría general de las relaciones internacionales siempre y cuando se hayan identificado con anterioridad los puntos del proceso en que son aplicables" (p. 65).

Así pues, si bien es cierto que se han producido importantes avances en el terreno teórico de las relaciones internacionales, también lo es el hecho de que se precisa, como podremos corroborar posteriormente, una mayor especificación y entrenamiento de los profesionales en esta área determinada. Sólo de esta manera, se podrá escapar de las generalizaciones desmesuradas que, lejos de contribuir al mutuo entendimiento, impiden el aprovechamiento de los hallazgos de la Psicología Política aplicados a las conductas internacionales de los Estados y/o Comunidades.

En las páginas precedentes hemos destacado algunos tópicos de investigación que resultan relevantes para el estudio y comprensión de la conducta internacional. En las que siguen, intentaremos centrarnos en dos cuestiones de suma importancia como son el proceso de toma de decisiones, por un lado, y su incidencia en la resolución de posibles conflictos internacionales, por otro.

9.3. Los grupos y la toma de decisiones

El estudio de los grupos se puede efectuar desde muy diversas perspectivas,

abordando cuestiones relativas a su tamaño, formación y desarrollo, estructura, redes de comunicación, composición y naturaleza, y un largo etcétera. No obstante, ninguna de las aquí mencionadas será objetivo de nuestro análisis. No porque sean cuestiones irrelevantes, que no lo son, sino simplemente porque nuestro interés se centrará en la influencia que los grupos ejercen sobre los individuos en el proceso de toma de decisiones que pueden afectar, y de hecho así lo hacen, a la colectividad de los ciudadanos. Por lo tanto, nuestro análisis debe efectuarse a un doble nivel. Por un lado, conocer qué tipo de incidencia ejercen los grupos sobre las decisiones individuales y, por otro lado, la aplicación del conocimiento generado al campo concreto de la política internacional, que es el que aquí nos ocupa.

9.3.1. Conformidad, polarización y pensamiento grupal

Como es bien sabido, las decisiones que se toman a título individual varían de las que se asumen cuando se forma parte de un grupo más o menos amplio. Basta recordar los conocidos experimentos realizados por Sherif sobre el llamado *efecto autocinético*, o los de Asch sobre discriminación visual, para comprobar los poderosos efectos que la conformidad a las normas del grupo ejerce sobre la conducta individual. A la vista de estos resultados, se podría pensar que la conformidad grupal es un aspecto que afecta a la actividad perceptiva. Contrariamente a esto, en la misma época que Solomon Asch llevaba a cabo sus experimentos, Crutchfield (1955) encontraba que la conformidad también estaba vinculada con variables sociales más subjetivas y complejas como las opiniones, actitudes o valores. Si bien estos y otros trabajos demostraron que los grupos inciden en las decisiones de los miembros que los forman, los interrogantes sobre cómo lo hacen realmente todavía permanecían abiertos.

Durante mucho tiempo se consideraba que las decisiones adoptadas por los grupos eran más moderadas y prudentes que las tomadas por los individuos de manera aislada. No obstante, Stoner (1961) encontró precisamente lo contrario, o sea, que los grupos se mostraban más extremos en sus decisiones. Este autor administró un cuestionario sobre dilemas sociales, compuesto por 12 ítems, que mide la tendencia de una persona a tomar decisiones arriesgadas. El diseño del experimento de Stoner constaba de tres fases diferenciadas. En un primer momento, denominado *pre-consenso*, los sujetos debían contestar en privado al cuestionario. Posteriormente, en la fase de *consenso*, se pasaba a discutir en grupo cada uno de los 12 ítems en busca de un acuerdo. Por último, se volvía a solicitar a los sujetos su opinión de forma privada en la etapa de *post-consenso*. Los resultados encontrados por Stoner demostraron que:

> "el consenso y la media de los juicios individuales en el post-consenso se inclinaban por una decisión que implicaba más riesgo de los que cabía esperar a partir de la media de los juicios individuales en la condición de pre-consenso" (Van Avermaet, 1990, p. 357).

Un ejemplo típico de cambio hacia el riesgo, que además conecta este hallazgo con

el ámbito de las relaciones internacionales, es la decisión tomada en su día por la Administración Kennedy de invadir la Bahía de Cochinos.

Estudios posteriores intentaron corroborar si los grupos incidían siempre en la dirección de mayor riesgo y, así, poder encontrar una explicación plausible de este fenómeno. Analicemos estas dos cuestiones por separado.

Un primer aspecto destacable es que los resultados encontrados pusieron de manifiesto que el cambio no siempre se producía hacia la opción más arriesgada, sino que a veces ocurría justamente lo contrario, en función de la postura previamente defendida por los miembros de dicho grupo. En otras palabras, la discusión grupal produce la acentuación de la postura inicialmente dominante. Este efecto es lo que se conoce como *polarización grupal*. En este sentido, Moscovici y Zavalloni (1969), encontraron que las actitudes individuales, después de la discusión en grupo, se extremaban todavía más. En otras palabras, las personas con unas actitudes positivas salían de la discusión con unas actitudes todavía más positivas. Lo mismo sucede con los que manifestaban previamente actitudes negativas.

Entre los intentos de explicar el fenómeno general de la polarización grupal, hay dos a los que se les prestó una mayor atención. Por una parte, nos encontramos con la hipótesis de la *influencia normativa*, según la cual, los individuos, en la discusión grupal, adoptarán decisiones más extremas en la dirección de la alternativa más valorada por el propio grupo para, así, diferenciarse positivamente de los demás. Como claramente se puede apreciar, esta explicación normativa tiene sus bases en la teoría de la comparación social propuesta por Festinger.

Un segundo intento explicativo gira en torno a la hipótesis de la *influencia informativa*, según la cual la información que se produce en un grupo actúa de doble manera: por un lado, cuando los argumentos manejados por el grupo son coincidentes con los previamente expresados por sus miembros de forma individual, se producirá el reforzamiento de la postura previa; por otro lado, la postura grupal será más extrema al utilizar argumentos que no habían sido manejados anteriormente por los miembros.

Una de las manifestaciones más extrema de este fenómeno de polarización grupal es lo que se ha denominado *pensamiento grupal (groupthink)*. Como es sabido, fue Janis el autor que, en la década de los 70, acuñó este término, para referirse a una determinada dinámica grupal que desemboca en la adopción de decisiones incorrectas. Las razones o posibles explicaciones de este fenómeno hay que buscarlas, entre otras que comentaremos posteriormente, en la distorsión de la realidad que se produce en los grupos muy cohesionados obligados a alcanzar una decisión consensuada. El resultado de tal decisión, por tanto, se caracterizará por dos aspectos claramente relacionados: por un lado, su baja probabilidad de éxito; y, por las nefastas consecuencias, tanto sociales como políticas, que dicho proceso puede acarrear, por otro lado.

En su trabajo de 1983, Janis agrupa en ocho los síntomas del pensamiento grupal:

1) Una ilusión de vulnerabilidad, compartida por casi todos los miembros, que crea un optimismo excesivo y anima a tomar riesgos extremos.

2) Esfuerzos colectivos de racionalización para no tener en cuenta advertencias que podrían hacer reconsiderar a los miembros su supuesto antes de volver a incurrir en el error de sus decisiones políticas pasadas.
3) Una creencia sin cuestionar de la moralidad inherente del grupo que inclina a los miembros a ignorar las consecuencias éticas y morales de sus decisiones.
4) Puntos de vista estereotipados de los rivales y enemigos demasiado perversos como para garantizar intentos genuinos de negociar, o demasiado débiles o estúpidos para contrarrestar cualquier arriesgado intento que se haga para frustrar sus propósitos.
5) Presión directa sobre cualquier miembro que exprese argumentos fuertes contra cualquiera de las ilusiones, estereotipos o compromisos del grupo, dejando claro que este tipo de decisiones es contraria a lo que se espera de un miembro leal.
6) La autocensura de las desviaciones del consenso aparente del grupo, que refleja la inclinación de cada miembro a minimizar la importancia de sus dudas y contraargumentos.
7) Una ilusión compartida de unanimidad respecto a la adecuación de los juicios a la mayoría (resultado en parte de la autocensura de las desviaciones, aumentada por el falso supuesto de que el silencio significa consentimiento).
8) Emergencia de guardianes de la mente autoestablecidos. Miembros que protegen al grupo de la información adversa que podría romper la complacencia compartida de la efectividad y de la moralidad de la decisión.

Janis, además, señala una serie de condiciones antecedentes que propician la aparición de este fenómeno. Este autor pone especial énfasis, como ya señalamos, en la cohesividad grupal, a pesar de que también remarca que se trata de un elemento necesario aunque no suficiente para que se produzca el pensamiento grupal. Estas condiciones antecedentes se completan con dos aspectos más: los fallos estructurales en la organización (ausencia de tradición de liderazgo imparcial; ausencia de normas que requieren procedimientos metodológicos, etc.), y un contexto social provocativo (estrés producido por amenazas externas o por la baja esperanza de encontrar una solución mejor que la del líder; baja autoestima, etc.).

Junto con la decisión anteriormente mencionada de invadir la Bahía de Cochinos, en la literatura se encuentran multiciplicidad de ejemplos, en el campo de la política internacional, que constatan las nefastas consecuencias que se pueden derivar del proceso de pensamiento grupal. Entre ellos podemos destacar la intensificación del conflicto entre Estados Unidos de América y China en la Guerra de Corea, la escalada de la Guerra del Vietnam, o los más recientes como la decisión del Presidente Ford de invadir Camboya o la de Carter para rescatar los rehenes americanos en Irán.

Por lo comentado en las páginas precedentes, conformidad, polarización o pensamiento grupal, se convierten en serios obstáculos para la adopción de las decisiones adecuadas.

Teniendo en cuenta que en la mayor parte de los casos las decisiones políticas, y, en concreto, las referidas a la política internacional se toman en grupo, debemos ser conscientes de la existencia de estos fenómenos que pueden incidir negativamente en esos procesos. Ahora bien, aún teniendo presentes estos estudios, los planteamientos más actuales se centran en aquellas cuestiones que pueden hacer que el grupo adopte la decisión correcta.

9.3.2. Toma de decisiones en política internacional

En los últimos años se está desarrollando un programa de investigación sobre toma de decisiones en el campo de la política internacional que se conoce como FPDM, siglas correspondientes a *Foreign Policy Decision-Making*.

Dicho programa arranca del trabajo pionero de Snyder, Bruck y Sapin (1962), si bien De Rivera (1968) y Jervis (1976) también se pueden considerar como otros de sus precursores. En la revisión realizada por este último autor, se destacan seis principios básicos del FPDM, que analizaremos, muy brevemente, a continuación.

1) Al comienzo de este capítulo señalábamos que los Estados no son entes abstractos, sino que están configurados por personas. Esta característica ha sido a menudo obviada en el tema de las relaciones internacionales, pues, durante mucho tiempo, fueron los Estados o Naciones la unidad básica de análisis. Por contra, Snyder *et al*. (1962) indican que la FPDM debe centrarse en los individuos, y más concretamente, en aquellos que constituyen las élites que deciden.
2) Estas élites toman decisiones en función de la definición que efectúan de la situación. Así pues, lo que anteriormente denominábamos "reconstrucción de la realidad", pasa a convertirse en uno de los pilares sobre los que se asienta la FPDM.
3) La política exterior se debe considerar como una tarea secuencial en la que las élites intentan resolver los problemas planteados dentro de un marco organizacional. Es, por consiguiente, una tarea inconclusa. Conjuntamente con el anterior, en este punto se entremezcla la importancia de los procesos cognitivos que llevan a las personas a interpretar la realidad de una manera determinada, con la de las dinámicas sociales e institucionales de las organizaciones en las que se hallan insertas las élites que deciden.
4) Otro de los puntos importantes de la FPDM tiene que ver con la información. De ello se desprende la necesidad de conocer cómo las personas y organizaciones consiguen, procesan y recuerdan la información relevante para el problema concreto. Se trata de un aspecto fundamental en tanto en cuanto influye en la definición y, por añadidura, en la percepción de la "realidad".
5) El quinto apoyo que señala Ripley de la FPDM asume el sistema político como el contexto donde tienen lugar las relaciones y donde se tienen que tomar las

decisiones, o sea, el caldo de cultivo de las relaciones internacionales. Como tal, está lleno de posibilidades que se deben analizar para llegar a producir los resultados perseguidos.

6) Precisamente el tema de los resultados es el último aspecto que señala Ripley. Se hace hincapié en este programa en que el proceso de toma de decisiones en política exterior persigue unos resultados que estarán en función de aspectos muy variados, como pueden ser el propio problema, los objetivos a conseguir y los recursos de los que se dispone. De todas formas, el análisis pormenorizado de tales aspectos no garantiza la toma de decisión más adecuada. Y esto es así debido a los múltiples sesgos, errores y distorsiones, que afectan a ese proceso interpretativo.

Estos aspectos fundamentales del programa de FPDM ponen, una vez más, de manifiesto la importancia del conocimiento psicológico para el estudio y comprensión de las relaciones internacionales. De igual manera que la aproximación tradicional a esta problemática adopta una perspectiva utilitaria (maximización de beneficios y reducción de costos), aprovechando los conocimientos generados, principalmente, desde la teoría microeconómica, el programa de FPDM se vale de principios psicológicos, generalmente derivados de la psicología cognitiva, para aplicarlos a este campo concreto. Aquí reside, paradójicamente, una de sus principales desventajas. Esto es, la FPDM puede ir a remolque de los avances o progresos en esos otros campos de los que depende (Ripley, 1993). Por lo tanto, parece cada vez más necesaria, una formación específica en la toma de decisiones en política exterior que combine los distintos enfoques que inciden en este campo, es decir, una formación específica y multidisciplinar.

9.4. La resolución interactiva de conflictos internacionales

Una de las características del mundo actual es la proliferación de conflictos entre las naciones. La consecuencia de esta situación la padecemos cotidianamente, bien porque nos afecten directamente, o bien porque llenan de contenido a los diversos medios de comunicación de masas. Por esta razón, las llamadas hacia un mayor compromiso político de los autores encuadrados dentro de esta disciplina, tal y como se ha comentado en otro momento de este trabajo, se hace no sólo más patente sino también más necesaria. Quizás consciente de ello, algunos autores han centrado sus esfuerzos en la aplicación del conocimiento generado desde la Psicología Política a la resolución de conflictos internacionales; unos conflictos que, cuando menos, resultan desestabilizadores del ideal (¿utópico?) del bienestar social y humano.

Fruto de esos esfuerzos es la emergencia de una aproximación en la que el científico social promueve la discusión, en grupos pequeños, entre miembros de las partes en conflicto, con el objetivo de encontrar soluciones creativas al mismo (Fisher, 1993). Este campo emergente ha tenido distintas modalidades y denominaciones (prenegociación, encuentros –workshops– de resolución de problemas, diplomacia de doble vía –track-two–), sin embargo quizás se pueda identificar mejor bajo la etiqueta de *Resolución*

Interactiva del Conflicto (RIC), pues así se

> "resalta el principio de que la interacción efectiva, colaboradora y cara a cara entre representantes de las partes es necesaria para conocer y resolver los conflictos intergrupales e internacionales complejos" (Fisher, 1993, p. 124).

En esta estrategia de la RIC, un grupo no implicado reúne a las partes en conflicto para que se produzca comunicación entre ellas. Este grupo está formado, generalmente, por científicos sociales expertos en procesos grupales y, además, familiarizados con el conflicto concreto. Su papel no será imponer, como hacen los árbitros, ni proponer, como los mediadores, sino que intentará enriquecer (o promover) el proceso comunicativo deteriorado (o inexistente), procurando cualquier cambio actitudinal y perceptivo, tanto referido a la otra parte como al conflicto en sí, de manera que se haga más factible la consecución de un posterior acuerdo.

Como tal, la RIC aparece por primera vez con esta denominación en el trabajo de Fisher (1993). No obstante, podemos encontrar algunas raíces de esta propuesta en estudios anteriores.

Uno de los primeros trabajos en la resolución de problemas aplicado al campo de las relaciones internacionales es el de Burton (1969). En su libro *Conflict and communication* señala este autor que los conflictos son exacerbados debido al pobre conocimiento que se tiene del otro y a los pobres canales comunicativos entre las partes en conflicto. Su propuesta, que denominó *"comunicación controlada"*, consistía en una serie de sesiones informales entre representantes gubernamentales, no con la intención de negociar un determinado asunto, sino con la idea de que dicha interacción informal podría alterar las percepciones del otro y abrir nuevos cauces comunicativos. En otras palabras, propiciarían la consecución de un clima más beneficioso para la resolución de los problemas mutuos.

Este planteamiento de Burton, central para los posteriores modelos de resolución interactiva del conflicto, establece unas claras diferencias con la forma tradicional (diplomacia) que, durante muchos años, ha presidido las negociaciones en el ámbito de las relaciones internacionales. Así, frente a la negociación altamente formal, rígida, jerárquica, llevada a cabo por diplomáticos que reproducen las instrucciones de sus respectivos gobiernos y, a menudo, basada en la táctica ganador-perdedor, característica de la diplomacia, nos encontraríamos con el acercamiento de la resolución interactiva del conflicto, que se caracteriza por ser más informal, menos rígida y jerárquica, en la que los expertos participantes pueden aconsejar alguna vía de solución a sus gobiernos, lo cual se puede traducir en una táctica ganador-ganador, en tanto que se afrontaría el problema desde una posición más cooperadora.

Otro intento, que sigue la estela dejada por el trabajo de Burton, es el de Leonard Doob, cuya principal aportación a los encuentros de resolución de problemas fue su aplicación a situaciones reales de conflicto en Irlanda, Etiopía, Somalia, Kenia y Chipre. Para Doob era esencial que en estos encuentros participaran las élites sociales, con el convencimiento de que, así, se lograría una mayor capacidad de influencia sobre los

responsables de la posterior toma de decisión. Estos encuentros tenían una duración de dos semanas. En la primera se pretendía sensibilizar a las partes hacia la posible inexactitud de sus percepciones acerca del oponente; proponer percepciones alternativas y, si fuera posible, desarrollar alguna posible solución al conflicto. En la segunda semana se intentaría proponer distintas aproximaciones a la situación conflictiva.

No obstante, la proposición de que la interacción informal puede reducir hostilidades y producir soluciones al conflicto, encontró un nuevo impulso en el trabajo de Kelman y Cohen (1976). Mediante la participación en estos encuentros de personas que conforman la élite social, Kelman y Cohen pretendían identificar y corregir los errores perceptivos y malosentendidos asociados a la imagen distorsionada de la otra parte. Es decir, con estos encuentros se intentaba analizar las posibles dinámicas responsables del conflicto.

Estos encuentros interactivos de resolución de problemas estaban dirigidos a dos aspectos principales. Por un lado, la modificación de actitudes y percepciones acerca de la otra parte involucrada en el conflicto, lo cual favorecería, por otro lado, la influencia en los rectores políticos. En otras palabras, si asumimos que los conflictos intergrupales o internacionales tienen un claro componente simbólico, modificando el significado asociado a los mismos, se podría encontrar una salida más creativa y eficaz.

El modelo de resolución interactiva del conflicto se basa, a nivel teórico, en la teoría de la identidad social y la hipótesis del contacto. Desde la primera se postula que una parte de la identidad de los individuos se deriva de su pertenencia a distintos grupos sociales. Pero frente a los endogrupos, es decir, los grupos de pertenencia que contribuyen a nuestra identidad, hay también exogrupos que hacen lo propio con los "otros", o sea, con las personas no incluidas en nuestros endogrupos. Según postula el paradigma del grupo mínimo en relaciones intergrupales, cuando ambos interactúan respecto a un problema común, se puede producir un sesgo endo-exogrupal: valorar en términos positivos a nuestro endogrupo y en negativos al exogrupo. Dicho sesgo se puede traducir, a través de la simplificación que supone el proceso cognitivo de categorización, en estereotipos, prejuicio o competición.

No obstante, lo anterior no deja de ser más que una de las caras de la moneda, pues también se puede producir el proceso contrario a la categorización, esto es, la particularización, según la cual los miembros de los exogrupos dejan de ser todos iguales o de compartir las mismas características (negativas) definitorias. Por lo tanto, la interacción no tiene por qué producir sesgo endo-exogrupal, ni derivar en estereotipos, prejuicios o competición; aspectos que dificultarían la consecución de un acuerdo en una situación conflictiva.

En esta última cuestión incide la hipótesis del contacto, según la cual se pueden limar las diferencias intergrupales a través del contacto interpersonal. Esta hipótesis lleva asociada dos procesos. Por un lado el de *diferenciación* (el contacto incrementa las diferencias percibidas entre los miembros del exogrupo) y, por otro, la *personalización* (el contacto favorece la interacción interpersonal). Si se consiguen poner en marcha ambos procesos, se mejorarían las actitudes hacia el exogrupo y, por lo tanto, estaríamos en una mejor predisposición para encontrar una buena salida a la situación conflictiva.

Así pues, se puede concebir el modelo de resolución interactiva del conflicto como una aplicación de la hipótesis del contacto al campo internacional. No obstante, la RIC va más allá al postular que la situación inicial de contacto puede alterar las imágenes negativas del exogrupo, pero que, además, dicho cambio debe tener una incidencia real en el proceso político de toma de decisión.

La situación ideal para la resolución interactiva del conflicto debe pasar, en aras de su efectividad, por las siguientes etapas:

1) La interacción debe provocar cambios en la percepción de los contrincantes hacia posiciones menos hostiles y más cooperadoras.
2) Los participantes (que, contrariamente a Burton o Doob, no son representantes oficiales ni constituyen la élite social del país), deben mantener las nuevas actitudes una vez que abandonan esta situación interactiva previa.
3) Se debe producir una transferencia de las nuevas actitudes a los encargados de tomar las decisiones políticas que se consideren pertinentes.
4) Estos cambios previos tienen que ser capaces de mover a las partes en conflicto hacia posiciones cooperadoras.

Al igual que en los intentos de resolución de conflictos comentados en este capítulo, en la RIC se pueden claramente diferenciar dos procesos: el primero, más social que político, en el que se trata de mejorar las imágenes y actitudes negativas hacia la otra parte, y el segundo, más político que social, en el que se intentará modificar la posición política de los involucrados en el conflicto. Es decir, un primer proceso relacionado con las actitudes y el segundo con las conductas.

De esta manera, la RIC nos lleva a un problema que resulta muy familiar a la Psicología Social. Nos referimos, claro está, a la relación actitud-conducta. Por razones obvias, no vamos a entrar aquí a debatir sobre esta problemática. Simplemente señalar que desde la resolución interactiva del conflicto se deben cuidar ambos aspecto, pues de nada vale modificar las percepciones y actitudes negativas sobre la otra parte, si dicho cambio no se convierte en motor de acciones conducentes a encontrar una solución cooperativa del conflicto.

De la investigación llevada a cabo sobre la resolución interactiva del conflicto, se pueden extraer dos consecuencias. Por una parte, se ha encontrado evidencia de que la interacción interpersonal informal mejora las actitudes hacia el oponente (etapa 1ª), y que dicho cambio se mantiene a lo largo del tiempo (etapa 2ª). Pero, desafortunadamente, por otra parte, no se ha podido corroborar el efecto de transferencia (etapa 3ª) de las nuevas actitudes a los dirigentes, que no participaban en la interacción. Por consiguiente, tampoco se pudo demostrar su incidencia sobre el cambio comportamental (etapa 4ª). Es decir, que la relación interpersonal indirecta si bien produce cambios actitudinales, dichos cambios no se ven reflejados a nivel comportamental.

Quizás el fallo del modelo sea debido al propio campo al que se tiene que aplicar. Si bien parece indudable la importancia de las percepciones y las actitudes hacia los

contrincantes para la solución de los conflictos internacionales, no lo es menos el hecho de que se trata de un campo en el que se producen relaciones complejas entre variables que actúan a muy distintos niveles: individual, social, organizacional, intergrupal e internacional. De esta manera, aspectos relacionados con la personalidad de los participantes, habilidades sociales o aptitudes, relaciones de poder, jerarquización, redes de comunicación en las instituciones, presión internacional, por citar sólo algunas, se entremezclan formando una intrincada red de conexiones que sin duda están influyendo en la efectividad del modelo y, por tanto, en la superación del conflicto.

Sea como fuere, de la investigación llevada a cabo se deduce la necesidad de alternativas que hagan posible dicho efecto de transferencia. Si las nuevas actitudes se transmiten por interacción directa, entonces una estrategia que mejoraría la RIC, podría consistir en incrementar el número de participantes en las relaciones intergrupales. Otra posible solución vendría dada por la participación directa en el contacto interactivo de élites con incidencia en los canales de toma de decisiones políticas. Esta última alternativa, como se recordará, ya fue señalada por Snyder *et al*. (1962) como el primero de los pilares sobre los que se construye la FPDM. Todo ello sin olvidar, como acabamos de mencionar, la gran diversidad de variables intervinientes.

CUARTA PARTE

OPINIÓN PÚBLICA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

CAPÍTULO 10

OPINIÓN PÚBLICA

10.1. Introducción

Sniderman y Tetlock (1986), en el capítulo sobre las relaciones entre ideología y opinión pública incluido en el libro de Hermann *Psicología Política*, señalan que "un fenómeno puede ser difícil de conocer a fondo no porque sabemos poco acerca de él sino porque sabemos demasiado" (p. 62). El acercamiento multidisciplinar, caracterizado por la diversidad de aproximaciones, tanto teóricas como metodológicas, tal vez sea uno de los elementos que contribuyan a la falta de acuerdo respecto a este tópico concreto.

Algún lector puede argumentar al respecto, y no sin fundamento, que quizás este hecho se producirá en temas clásicos o que preocupan a los investigadores desde hace mucho tiempo y que, por lo tanto, aquellos otros de "nuevo cuño" no se verán afectados.

No es nuestra intención abordar aquí las ventajas o inconvenientes que supone una aproximación pluridisciplinar al estudio de un tema determinado. Tampoco vamos a entrar en la problemática sobre si el interés por el tema de la opinión pública nace con la institucionalización de la Psicología Política como disciplina diferenciada o con anterioridad a ella. Consideramos que ambos aspectos han sido ya tratados suficientemente en otros capítulos de este libro.

Nuestros objetivos principales se centrarán en relacionar la opinión pública con otros conceptos, para lo cual haremos una breve incursión por su pasado, y, sobre todo, establecer la conexión entre este campo y el mundo de la política.

10.2. Una breve referencia histórica

No tenemos que retroceder muchos años en el tiempo para encontrar los orígenes del concepto de opinión pública. Efectivamente, se trata de un campo con apenas medio siglo de historia, aunque su pasado, como suele ocurrir en ciencias sociales, se podría situar con mucha más anterioridad. No en vano, el carácter racional que los teóricos de la Revolución Francesa intentaron infundir a las sensaciones, o sea, a las ideas que nos llegan por los sentidos, se puede considerar como uno de los antecedentes más próximos de los estudios sobre un nuevo orden socio-político y, por añadidura, sobre las formas de enfocar dicha realidad por parte de los ciudadanos.

Al margen de las aportaciones de los llamados "ideólogos", o de pensadores como Rousseau, Necker o Bentham, lo cierto es que el concepto de opinión pública no entra en el "mainstream" de la teoría política hasta los primeros años del siglo XIX. No obstante, en ese momento, el significado de dicho término distaba mucho de ser preciso o, cuando menos, de lograr algún tipo de consenso en torno al mismo. Por este motivo, se puede afirmar, sin asumir demasiado riesgo, que es en los primeros años del siglo xx cuando el concepto de opinión pública pasa a ocupar un lugar destacado en los intereses de científicos políticos e historiadores. Como es bien sabido, los significativos avances en el campo metodológico, al margen de incrementar la siempre pretendida rigurosidad científica, supusieron un impulso considerable en tanto que, en este caso, permitieron que la opinión pública se pudiese evaluar de forma sistemática.

Los trabajos, ya clásicos, de Lazarsfeld *et al*. (1944) o Berelson *et al*. (1954), son otro punto histórico de obligada referencia, en tanto que unen el campo de la opinión pública con el ámbito de lo político. Más concretamente, estos autores se preocuparon por conocer diversos aspectos relacionados con la conducta electoral. Precisamente, como ya se ha comentado en el capítulo sobre participación política, el voto y los comportamientos derivados de ese proceso aglutinaron gran parte de los esfuerzos académicos de los investigadores.

Con la referencia a estos dos trabajos nos situamos en la segunda parte del presente siglo. No obstante, seríamos injustos si, en este breve recorrido histórico, no nos detuviéramos por unos instantes en el período de la Segunda Guerra Mundial. Esta confrontación, al margen de sus nefastas consecuencias, supuso un desafío para los científicos sociales que debían aplicar sus conocimientos a la resolución de los problemas importantes para el esfuerzo bélico. Fruto de dicho desafío es el considerable progreso producido en campos relevantes del conocimiento humano. Es bien sabido que las investigaciones sobre actitudes y persuasión, influencia y conformidad, relaciones intergrupo y percepción social, por citar algunas, sufrieron un importante impulso a raíz de ese período hostil de nuestra reciente historia.

No debemos olvidar, además, que uno de los trabajos más influyentes en el tema de las actitudes sociopolíticas, y por lo tanto estrechamente relacionado con el que aquí estamos abordando, se sitúa también dentro del contexto de esta confrontación bélica. Nos referimos al libro de Adorno *et al*. (1950) titulado *La personalidad autoritaria*. No nos detendremos en este estudio, que ya se ha analizado en el capítulo tercero, pero sí decir que se puede considerar que la amenaza que suponía la ideología nazi, se debe considerar como otro punto de ineludible referencia para la configuración del tema que aquí nos ocupa.

Dejando a un lado las abstracciones que se puedan introducir en la reconstrucción histórica de cualquier tema, se puede afirmar que la consolidación de la psicología política, como perspectiva que desde su multidisciplinariedad aborda esta cuestión, es uno de los elementos que ha influido más significativamente en el interés por el estudio científico de la opinión pública. Por esta razón, se hace imprescindible tratar, de forma sistemática, dicho tema en un trabajo como éste. Para ello, nos ocuparemos, en un

primer momento, de su operacionalización para, posteriormente, centrarnos con otras cuestiones estrechamente relacionadas con la opinión pública.

10.3. Concepto y medida de la opinión pública

Al comienzo de este capítulo señalábamos que el concepto de opinión pública ha cambiado desde que los investigadores empezaron a preocuparse por su estudio. Este es un hecho normal, que simplemente pone de manifiesto la evolución, tanto social como científica, que se ha producido desde entonces hasta la actualidad. No es nuestra intención recoger, en este apartado, la multiplicidad de definiciones que se pueden encontrar en la literatura. Dicha tarea, además de ardua para quienes esto escriben, puede resultar estéril o, cuando menos, monótona para el lector. Nuestro objetivo será, por contra, abordar los elementos que pueden resultar más importantes para su operacionalización, sin que ello impida, no obstante, que se plasmen, siguiendo unos criterios clarificadores, algunas de las propuestas realizadas en torno a la definición de dicho concepto.

En la década de los setenta encontramos dos definiciones amplias sobre opinión pública (Cfr. Monroe, 1981), que nos servirán de partida para la realización de este análisis. En este sentido, Henessy (1975) señala que se debe entender por este concepto "el complejo de preferencias expresadas por un número significativo de personas sobre un aspecto de importancia general" (p. 5). La otra, del propio Monroe, propone que "la opinión pública es la distribución de las preferencias individuales dentro de una población" (Monroe, 1975, p. 6).

Como se puede apreciar, las anteriores son dos definiciones muy generales, que harían referencia a cualquier tema social y que abarcaría a cualquier grupo de sujetos. Como otras definiciones globalizadoras, su principal virtud se convierte en su defecto más notorio. Es decir, entendida de esa manera, la opinión pública se nos presenta como un concepto descontextualizado, lo cual conlleva la dificultad añadida a la hora de explicar los factores que inciden en su formación. Resulta evidente que el propio ámbito sobre el que se construye una opinión debe influir en la misma. Además, el hecho de que tengamos una opinión sobre un determinado tema social –por ejemplo, el aborto–, no tiene por qué implicar que también la tengamos sobre cuestiones políticas, por ejemplo, preferencia por un determinado sistema.

Nuestro comentario anterior incide en la necesidad de dotar de un ámbito al propio concepto de opinión pública o, en otras palabras, acotarlo para que no se convierta en una especie de cajón de sastre en el que todo tenga cabida. Pero, al margen de esta interpretación, esas definiciones nos permiten resaltar dos aspectos fundamentales, aunque, desde nuestro punto de vista insuficientes, para los objetivos que perseguimos. Desde esa perspectiva, la opinión pública estaría formada por dos elementos: unos *sujetos* que opinan, por un lado, y un *objeto* o tema sobre el que se opina, por otro.

Como acabamos de mencionar, es en la segunda mitad del presente siglo, donde el concepto de opinión pública cobra su verdadero significado o, al menos, su significado

más actual. La implantación y desarrollo de las sociedades democráticas supuso, quizás, el impulso definitivo para el estudio de este tema. Como acertadamente señalan Blanch *et al*. (1988) "el fenómeno de la opinión pública aparece como un 'logro moderno' en el que se condensa la múltiple función de premisa, conditio sine qua non, consecuencia y expresión de la democracia representativa" (p. 255). Continúan los autores diciendo que "la emergencia de la opinión pública … ha sido percibida también como la entronización de la vox populi constituida en 'parlamento invisible', especie de 'cuarto poder', dimensión latente y substrato profundo de la democracia real" (p.255).

Así pues, el sistema democrático se convierte en el punto de salida y destino de la opinión pública; en el argumento que la justifica y, al mismo tiempo, en la justificación que argumenta o da significado a esa forma de gobierno.

El párrafo anterior destaca el protagonismo que tienen los ciudadanos que opinan dentro de esa particular forma de gobierno o, cuando menos, la mutua relación de dependencia entre ambas. Esta perspectiva, sin embargo, no es compartida por aquellos que, como los representantes del elitismo democrático, defienden la reducción de la confrontación política a la obtención de los votos, por parte de la élite, entre un electorado fundamentalmente pasivo. No obstante, en una sociedad plural y abierta, como no podía ser de otra forma, conviven distintos discursos, diferentes formas de enfocar, entender y explicar la propia realidad social. Por lo tanto, parece obvio que los debates que se producen sobre los distintos tópicos en el seno de la sociedad en un momento concreto determinarán, en mayor o menor medida, las posiciones que los ciudadanos adopten acerca del mundo político. Por lo tanto, los ciudadanos en democracia no pueden (ni deben) adoptar el rol pasivo de electorado que emite una respuesta, cada cierto tiempo, a instancias del poder gobernante. Lejos de ello, tiene que constituirse en ese cuarto poder, al que antes aludíamos, y así contribuir al control, desarrollo y fortalecimiento del sistema.

Los comentarios anteriores nos permiten introducir un nuevo elemento que vincula directamente este campo con el de la política, esto es, el *ámbito* de la opinión pública. Así pues, se puede decir que, en la actualidad, existe una especie de acuerdo generalizado a la hora de reconocer los tres elementos que conforman o definen este concepto. Para exponerlos, nos apoyaremos en el trabajo anteriormente citado de Blanch, Elejabarrieta y Muñoz. El primero de estos componentes es el sujeto colectivo, entendiendo como tal, bien una simple acumulación de individuos, o bien la organización de un consenso entre individuos; el segundo está constituido por el objeto, por el asunto público sobre el que se opina; y por último, se señala la articulación de ese fenómeno con el ámbito político como el tercer elemento de la ecuación.

Por lo tanto, esta trilogía de componentes de la opinión pública se puede expresar como sigue: sujeto-objeto-ámbito. En función de lo comentado, se podría definir la opinión pública, a nivel político, que es el que aquí nos interesa, como los distintos posicionamientos, debates o juicios que realizan los ciudadanos en torno a cuestiones políticas. Permítasenos profundizar un poco más en estos elementos, ya que el acuerdo generalizado, al que antes aludíamos, se refiere únicamente al reconocimiento de la

articulación de la opinión pública en torno a los mismos. Por lo que respecta a cómo se conceptualizan dichos componentes, la situación es bien distinta. Por lo tanto, esta tarea no sólo parece necesaria, sino también imprescindible, siempre en aras de la clarificación conceptual exigible a cualquier trabajo científico. Ahora bien, y antes de continuar, debemos hacer una breve puntualización. A efectos de exposición, tanto el objeto como el ámbito de la opinión pública serán tomados conjuntamente, debido a la inevitable conexión existente entre ambos.

En cuanto al sujeto colectivo, la controversia se plantea a un doble nivel, cada uno con sus respectivas implicaciones teóricas. Por una parte se encuentran los partidarios de concebirlo como una mera acumulación de individuos. Para ellos, la opinión pública consistiría en una simple suma de las opiniones que emiten las distintas partes de dicha masa. De esta manera se pueden encontrar explicaciones variadas a la formación de la opinión pública: desde las que ponen de relieve los conocidos esquemas del conductismo más radical (estímulo-respuesta), o de la orientación cognitiva (estímulo-organismo-respuesta), hasta los que conciben las opiniones como un mecanismo de adaptación a la realidad (funcionalista) o los que destacan el componente de elección racional.

Por otra parte, está la perspectiva que "asume una concepción de lo social como totalidad cualitativa y primordial,… con mecanismos de estructuración y funcionamiento independientes de los que rigen en cada uno de sus componentes" (Blanch *et al.*, 1988, p. 257). Desde esta posición, aspectos como la socialización política, el estatus social, los líderes políticos, los medios de comunicación o los grupos de referencia, desempeñarán un papel esencial en la formación y mantenimiento de la opinión pública compartida por las personas que se desenvuelven dentro de un cierto contexto socio-político.

Somos partidarios, en función de lo comentado previamente, de esta segunda alternativa. La sociedad no puede entenderse únicamente como una amalgama de personas independientes entre sí. Antes al contrario, debemos concebirla como un entramado de múltiples y complejas relaciones interpersonales e intergrupales. Los individuos no vivimos aislados, sino en constante vinculación con otras personas y grupos que influyen, o pueden hacerlo, en nuestra forma de enfocar y entender la realidad. El lector puede encuadrar aquí aspectos tales como el de la identidad social, las representaciones sociales, los estereotipos, el sentido común, actitudes, ideología y todos aquellos conceptos que, en mayor o menor medida, llevan implícitos el consenso interpersonal respecto a una determinada explicación de un hecho social, o, en este caso, político específico.

Por lo que respecta a los otros dos elementos, objeto o tópico sobre el que se construye la opinión pública y su ámbito, las discrepancias son todavía mayores que en el caso anterior, creando una situación que, al menos aparentemente, resulta paradójica: la democracia conlleva la implicación de los ciudadanos en lo político, pero, al mismo tiempo, muchas investigaciones han puesto de manifiesto un cierto desinterés popular por este aspecto de la vida pública. Así pues, la controversia parece estar servida: ¿es realmente la política un tema central para los ciudadanos? En otras palabras, estamos interesados en conocer si las personas construyen juicios (opinión pública) acerca de la

política. Quizás analizando algunos datos alcancemos una respuesta a esta pregunta, o a otras similares que, a buen seguro, nos podríamos plantear.

Desde finales de los sesenta, según Lederer (1986), se ha observado un importante proceso de politización, convirtiéndose este ámbito en algo más familiar para el ciudadano medio. El planteamiento de esta autora es fácilmente asumible. No obstante, también es posible una lectura alternativa del mismo. Nos explicamos. Cuando se parte de una situación deficitaria o en exceso negativa, cualquier avance, incluso el más pequeño, puede resultar positivo, pero esto no implica que se haya alcanzado la situación ideal. Así pues, si bien la politización puede ser un hecho más o menos constatable en estas tres últimas décadas, también debemos ser conscientes de que hay otros muchos tópicos que, todavía, ocupan posiciones más relevantes en el nivel de preferencias de los sujetos.

Relacionado con lo anterior, Sniderman y Tetlock (1986) constatan la poca atención y conocimiento de los ciudadanos sobre los temas políticos. Esta afirmación incide en la ausencia de coherencia de la opinión pública cuando los temas a enjuiciar, o sobre los que se debate, se refieren al campo de la política. Pero al margen de este planteamiento inicial, sobre el que volveremos en el siguiente apartado, en este momento nos gustaría resaltar la doble propuesta de estos autores para el análisis de la opinión pública. En un primer acercamiento al mismo, Sniderman y Tetlock plantean lo que denominan la aproximación *minimalista*, basada en cuatro principios que resumimos a continuación:

1) Los ciudadanos carecen de conocimiento político o éste es muy limitado. Recogiendo resultados de diversos estudios realizados por otros autores, Sniderman y Tetlock (1986) señalan, por poner un ejemplo, que uno de cada dos americanos no sabe qué partido controla el Congreso, si no lo está por el partido del presidente. Esta falta de información o conocimiento político, se puede traducir en la ausencia de opiniones sobre aspectos políticos que parecen, al menos teóricamente, fácilmente asumibles por los ciudadanos medios, como puede ser el hecho del autoposicionamiento político.

   No debemos olvidar no obstante, sin que ello suponga poner en duda lo anterior, que los estudios sobre cognición social han demostrado, de forma clara, que necesitamos muy poca información para formarnos una impresión o una idea sobre la que construir juicios acerca de un tema concreto. En este sentido, por ejemplo, los medios de comunicación, con sus programas informativos o divulgativos, nos pueden servir de base para conducir posteriores discusiones con otras personas. Con esto queremos señalar que, al margen de que el conocimiento político de los ciudadanos no sea muy elevado, no tiene por qué amenazar la existencia de una opinión sobre los hechos que configuran este campo concreto.
2) Los ciudadanos no utilizan (o no comprenden) las ideas políticas abstractas. Ya no se trata de conocer qué tipo de información o conocimiento político manejan los sujetos, sino de qué categorías analíticas utilizan para dar sentido

a lo político. Sniderman y Tetlock señalan que las personas, en lugar de utilizar constructos abstractos, como conservadurismo o liberalismo, para evaluar el mundo político, prefieren basar sus juicios en cuestiones concretas. Nuestro planteamiento respecto al punto anterior también se puede aplicar aquí: la no utilización o comprensión de ideas políticas no tiene que impedir que se produzca algún tipo de estructuración de lo político. La simplificación del medio estimular que supone el proceso cognitivo de la categorización, se realiza en función de unos criterios que resulten accesibles y comprensibles, pero sobre todo, unos criterios que le permitan interpretar tanto la información disponible como cualquier otra que le llegue por el canal que sea.

3) Las preferencias políticas son muy inestables. Este principio se basa en una serie de investigaciones que pusieron de manifiesto el cambio que se produce en dichas preferencias incluso en períodos cortos de tiempo. No obstante, los autores también reconocen la existencia de resultados que cuestionan la inestabilidad. Tendríamos que plantearnos, entonces, si los cambios, en caso de que los haya, son debidos a problemas de medida, o por el contrario, son producto de las propias variaciones de las personas. La primera alternativa tendría una fácil solución: el refinamiento de los instrumentos psicométricos utilizados. Por su parte, la segunda sería más problemática, sobre todo para aquellos que defienden que siempre tenemos que actuar congruente o consistentemente, por lo que conlleva de variabilidad en las personas. Por todo ello, no es de extrañar la siguiente afirmación: "la tercera asunción del modelo minimalista está en una situación confusa" (Sniderman y Tetlock, 1986, p. 68). Pero también es posible una tercera alternativa. El campo de lo político, si por algo se caracteriza no es precisamente por su estaticidad, sino por su dinamismo. Por lo tanto, la modificación en las preferencias políticas puede ser una manifestación del cambio del propio ámbito, que es asumido por las personas, antes que una transformación real de éstas.
4) Las preferencias políticas son inconsistentes con otras. Es decir, que las ideas sobre el mundo de la política guardan poca relación con otras esferas de la vida pública. Este principio es, sin duda alguna, el más controvertido de la aproximación minimalista, pues postula una falta de conexión entre lo político y las creencias sobre otras realidades sociales, o sea, como si se tratara de campos claramente diferenciados e independientes entre sí.

Como señalábamos anteriormente, frente a este primer acercamiento al campo de la opinión pública, Sniderman y Tetlock plantean una aproximación alternativa, que denominan *maximalista*. Esta nueva manera de enfocar el tema es totalmente opuesta a la minimalista, pues señala la consistencia entre los distintos ámbitos, es decir, entre los diferentes conjuntos de creencias sobre la realidad social. En otras palabras, lo que están proponiendo es que no sólo se produce una agrupación de creencias, sino también una agrupación de agrupaciones, lo que permitirá, siempre según estos autores, hablar de

cultura política de los ciudadanos. Precisamente sobre este último aspecto incidiremos cuando intentemos relacionar la opinión pública con el concepto de cultura política.

Un último aspecto a abordar en este apartado es el de la medida de la opinión pública. Como es bien sabido, la forma general de evaluarla es a través de los sondeos de opinión, esto es, seleccionar una muestra que refleje la opinión de la población encuestada y que sus respuestas a los distintos ítems formulados sean veraces o, cuando menos, plausibles. El primero de estos elementos enlaza directamente con cuestiones relacionadas con la representatividad de la muestra. A este respecto señalar que la metodología, siempre dentro de unos niveles de confianza y márgenes de error establecidos, dispone de estrategias que permiten asegurar dicha representatividad; estrategias referidas tanto al tamaño muestral como a su selección y/o distribución.

En lo que atañe al segundo de los elementos, la situación se presenta un poco más problemática. Como en cualquier técnica de recogida de datos, se parte de la asunción de que los sujetos responden con total sinceridad. Pero si bien lo anterior es cierto, no lo es menos el hecho de la existencia de una serie de temas o tópicos "conflictivos" que pueden introducir algún tipo de distorsión en la respuesta de los sujetos. Baste señalar, por ejemplo, el bien conocido fenómeno de la deseabilidad social, que conduce a los sujetos a contestar, no en función de lo que ellos piensan, sino de lo que es socialmente más correcto. Esto nos lleva, de nuevo, a cuestiones metodológicas, pero ahora relacionadas con la construcción del instrumento de medida. Como suele ocurrir, no hay un procedimiento estandarizado que garantice el diseño de un instrumento exento de estos problemas. Ahora bien, es posible encontrar en la literatura un buen número de sugerencias, desde la redacción de las instrucciones hasta la secuencialización de los temas a preguntar, que pueden ayudar a la consecución de este objetivo. Debemos, además, tener presentes los requisitos siempre exigibles de fiabilidad y validez de las escalas utilizadas.

Al margen de la técnica anterior, los científicos también han utilizado otras para el estudio de la opinión pública. Se podrían citar aquí, a modo de ejemplo, el análisis de contenido de distintas comunicaciones, la experimentación, o entrevistas en profundidad a muestras pequeñas. Ahora bien, los resultados obtenidos de esta forma, son menos fiables para determinar la opinión de las masas que aquellos otros, como los sondeos de opinión, que utilizan muestras representativas de la población. A estos problemas de fiabilidad de la medida y composición de la muestra, se podrían añadir otros a los que nos referiremos muy brevemente a continuación.

Uno de estos es el de la generalización. Se trata de un problema típico de la experimentación que gira en torno a la siguiente cuestión: ¿hasta qué punto se pueden extrapolar los datos obtenidos en el ámbito del laboratorio a un contexto donde no hay tanto control de variables?

Otro problema guarda relación con el tiempo de la medición. En cualquiera de las técnicas antes mencionadas se necesita emplear más tiempo que en la realización de un sondeo de opinión, lo cual también se traduce en un encarecimiento del trabajo; aspectos que son más patentes todavía cuando se necesita de un aparataje, en mayor o menor

medida, complejo.

En tercer lugar, y en estrecha relación con el análisis de contenido, nos encontramos con el problema de los documentos a seleccionar. Pero más importante que ésto, que es sólo una cuestión de decisión, lo es el hecho de la información que nos proporcionan los mismos. En otras palabras, ¿en realidad estos documentos ponen de manifiesto la opinión de quienes los suscriben?, ¿confeccionan dichos documentos las personas que los firman? Estos interrogantes, y otros similares, ponen en cuestión, la utilidad de dichos textos para la evaluación de la opinión pública.

Lo anterior conlleva un problema añadido. Al comienzo de este apartado señalábamos la necesidad de acotar el alcance del concepto de opinión pública. Incluso se propone que el término sólo recoja la opinión de las personas que realmente tienen interés por los asuntos públicos, o, por lo menos, los que manifiestan un mayor nivel de conocimiento. Tomando esta perspectiva, no estaríamos seguros si la opinión de estos "expertos" es compartida por el público general. Pero además, esto lleva implícito que las masas adoptarían un papel inactivo, o sea, simples reproductoras o asimiladoras de las opiniones que otros defienden, y vacía de contenido la influencia de otros agentes que, sin duda, inciden en el proceso de formación de la opinión pública.

Estos problemas, que comparten, en mayor o menor grado, las tres formas alternativas de evaluación de la opinión pública, hacen que su utilización se circunscriba a casos muy concretos. Por contra, las ventajas de los sondeos los convierten en el principal instrumento utilizado para dicho fin.

10.4. Opinión pública y cultura política

Como se ha podido comprobar, el campo de la opinión pública, al menos conceptualmente, está sujeto a un buen número de consideraciones. Así, frente al consenso en cuanto a sus elementos constituvos, nos encontramos con un fuerte desacuerdo o, cuando menos, distintos posicionamientos, en torno a la operacionalización de los mismos. A buen seguro que esta situación viene alimentada por la discrepancia que se produce entre la sociedad ideal de los científicos y el ideal social de los ciudadanos.

Al menos teóricamente, la esencia democrática descansa sobre la base de la delegación de poder que los ciudadanos efectúan en las instituciones. Por lo tanto, resulta esencial, para el perfecto funcionamiento del propio sistema, que exista confianza en las instituciones que van a detentar dicho poder. En otras palabras, la consecución del ideal democrático se vería claramente dificultada por la existencia de personas que consideren que el gobierno está al servicio sólo de unos pocos.

Ahora bien, incluso en aquellas sociedades que los estudios clásicos nos presentaban como prototípicas de democracia, esto es, Estados Unidos de América y Gran Bretaña, los niveles de confianza política distan mucho de ser los deseados. Veamos algunos datos que sustentan esta afirmación.

En el trabajo de Marsh (1977) se muestra claramente el incremento del sentimiento de desconfianza política. Por su parte, en el British Social Attitudes Report de 1986, se

encontraron unos datos con tendencia similar: el 70% de los encuestados considera que los parlamentarios, después de elegidos, pierden rápidamente el contacto con la gente; el 66% considera que los políticos sólo se interesan por los votos; y el 57% no confía en que el gobierno ponga los intereses de la nación por encima de los de su partido. Estos datos ponen de manifiesto que la tendencia a la desconfianza política ha cambiado muy poco en las décadas de los setenta y ochenta.

Otro trabajo donde también se aprecia este nivel de desconfianza política es el de Barnes, Kaase *et al*. (1979). En este estudio se analiza la acción política en cinco países democráticos (Holanda, Gran Bretaña, Estados Unidos de América, Alemania y Austria). La confianza política fue evaluada por medio de dos ítems: en general, ¿cree que este país es gobernado teniendo en cuenta los intereses de unos pocos o, por el contrario, se hace teniendo en cuenta los de la mayoría? y ¿Cree que la mayoría de las veces el gobierno hace lo que debe? Las puntuaciones medias en esta variable, cuyos valores oscilaban entre un 1 (baja confianza política) y un 4 (alta confianza política), se situaron entre el 2.08, para la muestra estadounidense, y el 2.95, para la austríaca. Estos datos de nuevo revelan el incremento del sentimiento de desconfianza política de los ciudadanos.

En un trabajo más reciente realizado con una muestra representativa de los jóvenes gallegos, Sabucedo, *et al*. (1992), y utilizando la misma escala de Barnes y sus colaboradores, nos informan de los resultados que comentamos a continuación. En cuanto al primer ítem, el 47.1% de los sujetos manifestaron que el gobierno actúa en interés de unos pocos, frente al 32.7% que considera que lo hace en el de la mayoría. Respecto a la segunda de las cuestiones planteadas, las diferencias son aún mayores: el 45.4% opina que el gobierno no hace lo que debe, frente al 27.1% que cree que hace lo correcto. En su momento habíamos comentado que estos datos revelaban una actitud de cierto cinismo respecto al sistema y a sus gobernantes. Pero, si los tomamos conjuntamente con los anteriores, podremos observar que la tendencia hacia la desconfianza política, observada en las décadas de los 70 y 80 en un contexto totalmente distinto, continúa en la misma línea a principios de los 90.

Quizás desde una perspectiva no exenta de catastrofismo se podría argumentar, como hacen algunos autores (Beer, Easton o Parsons), que los datos anteriores suponen un cuestionamiento sobre la gobernabilidad democrática o, más puntualmente, sobre el futuro de dicho sistema. No vamos a entrar ahora en esta problemática, pues implicaría apartarnos considerablemente del tema que aquí nos ocupa. No obstante, lo cierto es que este incremento en el sentimiento de desconfianza política conlleva una crítica a la forma de proceder de los gobernantes; una crítica que se basa en la opinión que tienen los ciudadanos de la acción de gobierno, pero que no tiene que traducirse en una despreocupación por lo político.

Esta evaluación negativa, por contra, puede suponer una mayor implicación en este ámbito. Un par de ejemplos nos pueden servir para corroborar esta distinta forma de enfocar este dato. Por un lado, como se ha analizado en el capítulo sobre participación política, es constatable el incremento de ciudadanos involucrados en formas más directas de acción política. Por otro lado, algunos datos sobre interés por la política parecen

indicarnos, precisamente, que lo político no es un campo ajeno para ellos.

En este sentido, en el trabajo ya mencionado de Sabucedo, *et al*. (1992), se informa de unos porcentajes en la variable interés por la política de los jóvenes gallegos que, aún no siendo todo lo altos que se desearía, sí son lo suficientemente importantes como para dudar del "pasotismo" político con el que, a menudo, se tilda a los ciudadanos y, en especial, a este estracto de la población. Dichos porcentajes son los siguientes: el 23,9% manifestó no tener ningún interés por la política; el 32,9% está interesado, pero no toma parte activa; y el 3,5% tiene un interés activo en la misma. Además, el 40,3% indicó que el ámbito político era tan interesante como cualquier otro. De estos datos se pueden extraer dos conclusiones distintas, ambas reflejo de las diferentes posiciones existentes en torno a este tema. Por un lado, resaltar que casi el 24% de los jóvenes gallegos no tienen ningún interés por lo político. Pero, por otro lado, también se puede constatar, que en casi el 76% de los sujetos existe mayor o menor inquietud por esta parcela de la vida social de las personas.

10.5. Ideología, actitudes y opinión pública

Sin lugar a dudas, uno de los aspectos más relevantes a la hora de aproximarnos al estudio de la opinión pública es el de la ideología; un concepto que había sido acuñado por Destutt de Tracy para referirse al análisis científico de las ideas. Por ello cobra, quizás, un mayor significado la referencia histórica que hacíamos a los ideólogos franceses como uno de los antecedentes del estudio de la opinión pública.

Desde entonces, el concepto de ideología se ha convertido en un aspecto clave e, incluso, articulador de algunas de las más influyentes líneas del pensamiento humano. A pesar de su importancia, o quizás por esa misma razón, no podemos hablar de consenso o acuerdo generalizado, tanto en lo que se refiere a su conceptualización como a su medida. Por ello, "el problema fundamental con el que cualquier investigador se encuentra al abordar el análisis de la ideología es que éste es un concepto polisémico, que encierra una gran variedad de connotaciones y sentidos" (Herrera y Seoane, 1989, p. 409). Una profundización en su significado parece, pues, no sólo necesaria sino también inevitable.

Esta multiplicidad de significados sin duda viene determinada por la diversidad de enfoques con que se ha abordado el tema de la ideología. Desde la filosofía, la sociología, la política o la psicología, se pueden encontrar distintas aproximaciones a este tema. En esta revisión nos vamos a centrar en las dos últimas, en tanto en cuanto, por definición, la Psicología Política supone el punto de confluencia de ambas perspectivas.

Dos tradiciones resultan esenciales para comprender el significado de ideología a nivel político. Por un lado, nos encontramos con la tradición marxista, según la cual, se considra a la ideología como un instrumento que las clases dominantes tienen a su servicio para justificar un determinado orden socio-político, esto es, un instrumento para promover o perpetuar los intereses de las clases dominantes. Esta conceptualización de lo ideológico como falsa concienca, guarda una estrecha relación con el significado que

tiene dicho término a nivel popular, es decir, la adaptación que los partidos y organizaciones realizan de sus doctrinas a las creencias de ciertos sectores de la población con el fin de alcanzar mayor influencia y poder político.

No obstante, por otro lado, como reconocen Herrera y Seoane (1989), en la actualidad el concepto de ideología está más próximo a las posiciones defendidas, a finales del siglo XIX y principios del xx, por el italiano Pareto y el francés Sorel. Al margen de ciertas similitudes con los planteamientos marxistas, sobre todo en lo que se refiere a la ideología como falsa conciencia, ambos autores incorporan modificaciones importantes:

> "en lugar de hablar de 'ideología' en un sentido marxista, Pareto utiliza el nombre de 'derivaciones' y Sorel el de 'mitos', para referirse al conjunto de creencias que sirven para justificar y, hasta cierto punto, dirigir, las acciones de los grupos…. Ninguno de los dos las considera, tal y como hace el marxismo, como reflejos de los intereses de la clase dominante" (Herrera y Seoane, 1989, p. 415).

En otras palabras, esta nueva conceptualización hace hincapié en la ideología como un elemento que determina la cohesividad de los grupos. Pero, siendo ésto cierto, no lo es menos el hecho de que la ideología política influye, o por lo menos puede hacerlo, en la manera en que las personas se enfrentan a su realidad social y política cotidiana. Siguiendo a Plamenatz (1979), en quien se basa la "ampliación" del significado de ideología que acabamos de efectuar, Herrera y Seoane recogen cuatro fines concretos por los que se ha utilizado, políticamente, este concepto. Plasmamos textualmente:

> "1) la ideología ha sido utilizada para reunir y mantener unido a un grupo disciplinado, y así poder tomar ventaja y conseguir el poder en momentos de cambio; 2) para inducir a la gente a hacer grandes sacrificios por causas que han significado mucho más para sus líderes que para ellos; 3) para extender el poder de un gobierno u otro grupo organizado fuera del país o países en los que ya tiene el poder; 4) dentro de un partido u otra organización, para que la gente se esfuerce por lograr o retener su control" (p. 416).

En esta acepción política del término, hay un aspecto que queremos destacar, en la medida que nos permitirá enlazarla con la aproximación psicológica. Nos referimos al conjunto de creencias que conforma la ideología. Desde esta perspectiva se destaca que, en la medida que ésta tiene un componente humano (creencias, actitudes, valores compartidos por unas personas), debe tenerse en cuenta el factor psicológico para una explicación completa de la misma. Así, son conocidos los intentos de encontrar las relaciones que se pueden establecer entre ideología, o al menos ciertas ideologías, y los rasgos de personalidad. El lector puede situar aquí el trabajo de Adorno *et al*. (1950) que, como es bien sabido, pretendía, por un lado, detectar aquellas personas potencialmente antidemocráticas, para lo cual examinaron sus opiniones y actitudes por medio de técnicas cuantitativas, y, por otro lado, descubrir rasgos de personalidad dominantes en un sujeto con tendencia a la ideología fascista, para lo que se apoyaron en técnicas proyectivas. Pero al margen de lo anterior, hay un aspecto de este trabajo que nos parece sumamente importante para el tema que nos ocupa. Adorno y sus colaboradores se preocuparon, en un primer momento, por el estudio de la ideología,

entendida como una organización de opiniones, actitudes y valores relativos a la esfera política, económica y religiosa. En su trabajo encontraron que las actitudes se van relacionando con otras más generales, por ello su estudio pasa del etnocentrismo al autoritarismo, que sería la más general de las actitudes analizadas.

Lo anterior nos permite resaltar un aspecto sobre el que se ha asentado la investigación psicosocial, y que algunos autores consideran su principal aportación al estudio de la ideología: concebirla como una factorialización o agrupación de actitudes. Recuérdese el modelo jerárquico de organización de las actitudes planteado por Eysenck (1954), en el que se destacan cuatro niveles. En el nivel más elemental se encuentran las *opiniones específicas*, que, como tal, pueden variar por causas muy diversas, de ahí que su valor para el estudio de la ideología sea más bien escaso. En segundo lugar se encuentran las *opiniones habituales*, más estables y que pueden proporcionar indicios sobre las actitudes e ideología de las personas; el tercer nivel lo constituyen las *actitudes*, entendidas como conjunto de opiniones estable vinculadas entre sí, y donde se encuentra ya el primer índice de estructuración; por último nos encontraríamos con la *ideología*, es decir, el nivel correspondiente a la agrupación de las actitudes que guardan una mayor relación.

Esta forma de entender la ideología, no sólo permite una mejor operacionalización de este concepto, sino que también posibilita la medición objetiva del mismo. Pero esta aportación positiva tiene también una lectura negativa: el énfasis puesto en el rigor metodológico no ha ido acompañado del correspondiente desarrollo a nivel teórico. En otras palabras, los investigadores han estado más preocupados por el diseño del mejor experimento o por la construcción del mejor instrumento de medida y se han olvidado de la teorización; aspecto de tanta relevancia como el anterior. Esta es una crítica que no sólo hace referencia a este tema en concreto, sino que se extiende a muchos otros, o quizás sería mejor decir a toda una forma de entender la ciencia que prima lo metodológico sobre lo teórico.

Pero además de lo anterior, y ciñéndonos a este caso, la prevalencia de lo operativo, o sea, del rigor metodológico, ha llevado consigo que la ideología se haya analizado estrictamente desde un plano individual. La principal preocupación, como hemos señalado, es conocer cómo se estructuran o agrupan las actitudes que conforman las ideologías. Por lo tanto, visto desde esta perspectiva, éste sería un concepto carente o vacío de contenido social. Este problema, que acompaña desde su nacimiento a una de las disciplinas que han dado lugar a la aparición de la Psicología Política, no lo debe ser en esta última, en tanto en cuanto se centra en la conexión de lo psicológico y lo político. Por tanto, resulta obvio que el contexto social y político, tiene que desempeñar un papel determinante a la hora de estudiar la ideología.

La importancia de las actitudes para el estudio de la ideología no sólo radica en la concepción de ésta como agrupamientos de aquéllas, sino que hay otra cuestión sumamente interesante. Como señalan Herrera y Seoane (1989) "uno de los aspectos más relevantes de las actitudes respecto a la ideología radica fundamentalmente en el hecho de que cuando el pensamiento ideológico afecta a la conducta es expresado de tal

manera que puede ser reconocido a través de las actitudes y creencias" (p. 424).

Es bien sabido que no se puede establecer una relación directa entre las actitudes y la conducta, pero también lo es que éstas predisponen a las personas a comportarse de una manera determinada. Si a ello le añadimos la estabilidad y resistencia al cambio de las actitudes, estamos ante un elemento que nos permite, no sólo llegar a conocer la ideología de las personas, sino también, en mayor o menor medida, anticipar su posible comportamiento.

Hay otro aspecto que, llegados a este punto, no podemos dejar de señalar, y es el que se refiere a la influencia del proceso de socialización en la formación de las actitudes, y por añadidura, de la ideología. Se trata de un proceso que cubre todas las etapas del desarrollo humano, en el que se van adquiriendo las pautas de conducta, creencias, normas y motivos que son valorados y aceptados por el entorno social que nos rodea. Este comentario, necesariamente breve por haber sido tratado este tema en otro capítulo de este libro, nos permite enlazarlo con el anterior en el que se señalaba la importancia del componente social en el estudio de actitudes e ideología. Si ese contexto sociopolítico está incidiendo en la formación, no puede ser excluido de dicho estudio, ni en aras del rigor metodológico que debe caracterizar a toda ciencia, a menos que se quiera ofrecer una visión incompleta del hecho analizado.

A lo largo de las páginas precedentes hemos podido comprobar como lo político, sin ser un campo destacado en las preferencias de las personas, suscita en ellas diferentes juicios, que serán más o menos complejos en función del nivel de conocimiento y estructuración política que manejen. Dichos juicios, posicionamientos o debates derivados de este ámbito concreto, conforman lo que entendemos por opinión pública; un concepto que pone de relieve la integración de lo individual con lo colectivo, de lo psicológico con lo político. Un concepto, en definitiva que, en función de los tres elementos que lo definen (sujeto-objeto-ámbito), no puede ser abordado desde perspectivas reduccionistas.

CAPÍTULO 11

CONDUCTA POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

11.1. Introducción

El tipo de influencia que ejercen los medios de comunicación de masas es una de las cuestiones que despiertan más interés y debate social.

Desde el tiempo de los sofistas hasta la actualidad, ha habido una preocupación casi constante por descubrir los mecanismos responsables de los procesos de influencia y persuasión. La aparición de los medios de comunicación de masas, y especialmente la televisión, provocó una atención renovada por estos temas.

La posibilidad de que un mensaje alcance a millones de personas localizadas en los más diversos puntos geográficos, abrió una controversia, todavía no resuelta, sobre el tipo de influencia que ejercían esos medios de comunicación.

Algunas de las posturas que terciaron en esa polémica parecían estar guiadas más por la pasión y los prejuicios, que por un análisis sistemático y riguroso de los efectos de los medios de comunicación de masas. Al mismo tiempo, determinados enfoques han caido en un reduccionismo, siempre esteril, que imposibilitó considerar este fenómeno en toda su complejidad.

Hoy en día nadie puede dudar ya de la influencia que en nuestras vidas tienen los medios de comunicación de masas. Dando esto por supuesto, es todavía necesario poner de manifiesto los modos a través de los que se produce esa influencia, así como sus consecuencias sociales y políticas. En este capítulo analizaremos esta problemática en relación, especialmente, a la conducta política, tanto en su versión convencional como no convencional.

11.2. Del modelo hipodérmico a los efectos limitados

En las tres primeras décadas de este siglo, se consideraba que los medios de comunicación de masas ejercían una notable influencia sobre las actitudes y conductas de la población. Esa creencia sobre el poder omnímodo de los medios de comunicación de

masas no venía respaldada por ninguna investigación o estudio empírico, simplemente se fundamentaba en el evidente alcance que tenían las informaciones transmitidas por esos medios y en la atracción que los mismos ejercían sobre la audiencia.

Frente a esta tesis inicial sobre los efectos de los medios, Katz y Lazarsfeld (1979) señalan lo siguiente:

> "… aquellos que observaban la emergencia de los mass media como un nuevo amanecer para la democracia y los que creían verlos como instrumentos demoníacos, coincidían en la misma imagen del 'proceso' de los medios de comunicación. Esta imagen es, primordialmente, la de una masa atonizada compuesta por millones de lectores, oyentes, etc., dispuestos a recibir el Mensaje; y que cada Mensaje es un estímulo directo y poderoso a la acción, que obtiene una respuesta inmediata y espontánea. En resumen, los medios de comunicación fueron calificados como un nuevo tipo de fuerza unitaria (un sencillo sistema nervioso) que alcanzaba a todos los ojos y oídos, en una sociedad caracterizada por una organización social amorfa y una escasez de relaciones interpersonales" (p. 18).

El planteamiento de Katz y Lazarsfeld se enfrenta contra una posición que parece desconocer o querer ignorar que los receptores de la información de los medios son individuos que poseen actitudes, creencias, valores, etc., que, de una manera u otra, han de estar modulando los contenidos transmitidos por aquellos. Esta polémica entre características de la audiencia e influencia de los medios va a estar presente, con diferentes matices, a lo largo de toda la investigación sobre los efectos de los medios de comunicación de masas.

Para Katz y Lazarsfeld, cualquier estudio sobre los medios de comunicación debía de considerar la existencia de una serie de factores que median entre los mensajes y los individuos: exposición, medio, contenido y predisposiciones. Con este último punto se abunda en la idea expuesta anteriormente: los mensajes no inciden sobre una tábula rasa, sino que lo hacen sobre individuos que poseen una serie de rasgos y características que modularán la posible influencia de los medios.

Un ejemplo de cómo funcionan estas predisposiciones, lo encontramos en el trabajo que Lazarsfeld, Berelson y Gaudet realizaron en 1944 sobre la conducta de voto en el condado de Erie (Ohio). Estos autores elaboraron un índice de predisposición política en el que se contemplaron tres variables: filiación religiosa, nivel económico y lugar de residencia (urbana o rural). La conclusión a la que llegan estos autores es que "la gente vota con el grupo social al que pertenece y que tales grupos, a su vez, vienen vigorosamente determinados por unas pocas características sociales básicas" (p. 27). Dada la importancia que para ellos tienen esas predisposiciones de la audiencia, no debe extrañarnos que afirmen que "en cierto modo las modernas campañas presidenciales concluyen antes de empezar" (p. 21).

Lo que pretendían Katz y Lazarsfeld con su trabajo y con la referencia a esos estudios sobre la conducta de voto, no era tanto negar la posible influencia de los medios de comunicación, como señalar la necesidad de que también se considere la relevancia del individuo y de las redes sociales a las que éste pertenece. En palabras de estos autores:

> "… en la exploración de la conducta de un pequeño grupo dentro del campo de investigación de los mass media, se demuestra la subestimación en la que han estado las relaciones sociales del individuo con otras personas, así como el carácter de las opiniones y actividades que tiene con los demás, influyendo su respuesta a los medios de difusión. Sugerimos, en otras palabras, que la respuesta de una persona a una campaña no puede preverse sin tener en cuenta su ambiente social y el carácter de sus relaciones interpersonales" (p. 27).

Los planteamientos anteriores son la base de la teoría del doble flujo de la comunicación. Esta teoría señala que en el proceso de influencia de los medios hay que identificar dos fases claramente diferenciadas. En primer lugar, los medios de comunicación alcanzarían a aquellos miembros de la comunidad que se muestran más sensibles e interesados por las cuestiones socio-políticas; en un segundo momento, las dinámicas y las interacciones grupales activan el interés de otros individuos por esas cuestiones, a la vez que sirven de punto de referencia para sus decisiones.

Las alusiones a la importancia del grupo y del líder como moderadores de la influencia de los medios, junto con la existencia de factores como la exposición y percepción selectiva, dieron lugar a que se cuestionase el poder de influencia de los medios de comunicación de masas. Esta tesis crítica con la capacidad de influencia de los medios, se vio reforzada, además, por los resultados de distintos estudios que demostraban la poca incidencia de los medios sobre la conducta de voto.

11.3. Replanteamiento de los efectos de los medios

La tesis de los efectos limitados de los medios de comunicación de masas se fundamenta en dos argumentos:

a) La poca capacidad que tienen para influir en la conducta electoral.
b) La existencia de fenómenos, como el de la exposición selectiva, que limitan y mediatizan la información de los medios.

En relación a la primera cuestión, habría que apuntar que del hecho de que los medios de comunicación no hayan mostrado una especial relevancia para provocar cambios actitudinales durante las campañas electorales, no puede concluirse que no tengan incidencia en otros ámbitos o de otro modo. Roda (1989) señalaba sobre esto lo siguiente:

> "El tipo de influencia del que menos se ha ocupado la investigación es precisamente aquella que no se dirige al cambio de actitudes o conductas simples, sino a la difusión de influencias complejas que, sin embargo, cambian la pauta de pensamiento de los individuos de una manera que con frecuencia resulta inadvertida para ellos" (p. 90).

Noelle-Neumann (1978) habla también del giro que sufrió el estudio de los efectos

de los medios de comunicación de masas. Como conclusión del Congreso de la Asociación Internacional para la Investigación en Comunicaciones, afirma:

> "Después de treinta años en los que el poder de los medios de comunicación de masas había estado cuestionado, la conferencia ha reunido una serie de comunicaciones que, en su conjunto, apuntan a la necesidad de volver a la idea de que los medios de comunicación de masas ejercen una poderosa influencia. No se trata de la idea convencional de influencia ni de la de efectos directos que se propagó en un principio. La tendencia imperante consiste, más bien, en centrarse en la forma sutil e indirecta a través de la cual los medios forman nuestra percepción del entorno" (p. 433).

Este cambio en la manera de enfocar los efectos de los medios de comunicación de masas se debió, según Saperas (1987), a razones de tipo contextual e interno. Entre las primeras, habría que citar las transformaciones en el sistema comunicativo, con la aparición de la TV, los cambios políticos y las modificaciones en la organización de la investigación. Entre las segundas, se encontrarían la preocupación por la distribución social del conocimiento generado por los medios, la sustitución de un análisis centrado en el cambio individual por otro en el que se atiende a las consecuencias más amplias de los medios de comunicación, y la toma en consideración de los efectos indirectos provocados por los medios de comunicación de masas. Otro de los aspectos que cita Saperas en este grupo de explicaciones, es la crítica a los fenómenos de la exposición y atención selectiva. Como apuntamos al inicio de este apartado, la existencia de estos fenómenos cognitivos constituían uno de los dos grandes argumentos a favor de la tesis de los efectos limitados de los medios de comunicación de masas.

Al margen del estudio anteriormente citado de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, otros trabajos como el de Frey y Rosch (1984), afirman que los sujetos se exponen a aquella información y comunicación política que es consistente con sus creencias. Frente a estos resultados, nos encontramos con otros que muestran que no existe preferencia por la información congruente o discrepante, o que claramente señalan que los sujetos buscan la información discrepante. En conjunto, todos estos resultados parecen indicar que la exposición selectiva no puede considerarse como un fenómeno universal, sino que tiene lugar en situaciones muy concretas.

En esa misma línea de cuestionar la universalidad de la exposición selectiva, Noelle-Neumann señala una serie de circunstancias en las que este hecho no tendrá lugar:

a) Cuando la información sea poco relevante para los sujetos.
b) Cuando los sujetos no tienen nada que defender o son indiferentes.
c) En situaciones de elevado estrés.
d) Cuando los sujetos poseen determinadas características de personalidad.
e) Cuando la información tiene utilidad.

Una vez que las investigaciones sobre los medios de comunicación de masas dejaron de preocuparse por los efectos a corto plazo y centrados en la esfera conductual, se

abrieron nuevas posibilidades de análisis. Ahora los estudios van a dirigirse a conocer las posibles influencias cognitivas y a largo plazo de los medios de comunicación.

11.4. La función de establecer la agenda

El trabajo de McCombs y Shaw *The Agenda-Setting Function of Mass Media* publicado en 1972, supone el inicio de una nueva etapa en las investigaciones sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. McCombs y Shaw (1972) señalan que el principio central del establecimiento de la agenda parte de la hipótesis de que los medios de comunicación de masas fijan la agenda para cada campaña política, influyendo en el surgimiento de las actitudes hacia los diferentes temas políticos. Los medios, por tanto, no sólo determinan los temas y problemas de los que se ocupará la audiencia, sino que también influirán en cómo esos tema son percibidos y considerados por la población.

Son numerosos los hechos o circunstancias de la vida política susceptibles de merecer la atención de los medios. Pero de todos ellos, al final, únicamente unos cuantos aparecerán reflejados en los distintos medios de comunicación de masas. Considerando estas circunstancias, puede afirmarse que la audiencia tiene una libertad restringida a la hora de acceder a la información. Los medios actúan de filtro entre lo que acontece en la realidad y la audiencia, por tanto, la única posibilidad que tienen los sujetos es seleccionar lo que más pueda interesarle de entre el material que aquellos le proporcionan. Si en otros momentos se hablaba de exposición selectiva como una característica atribuida a los sujetos, ahora habría que volver a referirse a esta variable pero en relación con los medios de comunicación de masas. Noelle-Neumann comenta sobre este proceso lo siguiente:

> "la orientación central filtra (…) los eventos y argumentos que deben tratarse y si deben serlo positiva o negativamente; en este caso, los media no presentan una diversidad de versiones de entre las cuales el destinatario elige aquella que confirma sus opiniones preconcebidas, sino que esta selección, desde el principio, estorba toda posibilidad de selección" (p. 129).

Pero junto a lo anterior, nos encontramos con otro problema: la similaridad en el tratamiento que los medios conceden a ciertas problemáticas y a la forma de interpretarlas (Gerbner, 1972; Sabucedo, 1990b). Ello provoca la percepción por parte de los sujetos de que existen posiciones hegemónicas que ellos mismos llegarán a asumir debido a la influencia normativa.

Noelle-Neumann denomina espiral de silencio a aquella situación en la que ciertas posiciones están sobrerrepresentadas, en relación a sus opuestas, en los mensajes de los medios de comunicación. Ello, indudablemente, provoca la atribución de una mayor legitimidad o probabilidad de certeza a las que cuentan con una cobertura informativa amplia que a las que son silenciadas. Estas ideas las aplica Noelle-Neumann para estudiar ciertas dinámicas electorales ocurridas en épocas recientes en Alemania. El procedimiento utilizado por Noelle-Neumann era el siguiente: le preguntaba a los sujetos por su

intención de voto y por su opinión respecto a cuál sería el partido vencedor. Así como ante la primera cuestión las respuestas se repartían casi por un igual entre las diferentes ofertas políticas, las diferencias en cuanto al partido que se presumía sería el triunfador eran mucho mayores. Lo importante de este último dato es que en cierta medida estaba adelantando el resultado de las elecciones. Efectivamente, la opción que obtenía la mayoría del apoyo popular era aquella que se pensaba sería la triunfante. Dicho de forma breve, las expectativas sobre quién será el vencedor puede ser un elemento que incline la decisión de los electores hacia esa alternativa, especialmente los indecisos o los que no muestran demasiado interés en este tipo de procesos. En este estudio de Noelle-Neumann se vuelve a poner de relieve la importancia de los comunicadores en la creación de un determinado clima de opinión. En este caso, las creencias de los periodistas resultaban decisivas para el desarrollo de unas determinadas expectativas acerca de los resultados electorales. Esas opiniones que a veces se enfrentaban a las inicialmente mantenidas por la población, resultaban finalmente triunfantes y eran asumidas por un porcentaje importante de la audiencia.

La influencia de los medios de comunicación sobre el comportamiento electoral de los sujetos no se limita al aspecto anteriormente comentado. Hay otras facetas sobre las que también aquellos inciden de modo significativo. Uno de esos casos es el de la credibilidad, honestidad y competencia de los líderes. Los estudios sobre cambio de actitudes han mostrado de modo consistente que esas características resultan esenciales para que una fuente pueda ejercer influencia sobre la audiencia. En gran parte de las ocasiones los medios no citan expresamente esas u otras características personales de los candidatos, pero a través de anécdotas, relato de sucesos y acontecimientos, etc., proporcionan los datos necesarios para que los votantes se formen una impresión determinada de cada uno de los líderes. La relevancia de esta tarea en la determinación de las preferencias electorales resulta obvia. Los ciudadanos no tienen la posibilidad de conocer personalmente a los que desean dirigir el destino de su país, las informaciones con las que cuentan, que son las que servirán de base para realizar su elección, son seleccionadas y transmitidas por los medios de comunicación.

Otra de las vías de influencia de los medios de comunicación sobre la conducta de voto, es a través de la información que brindan acerca de los diferentes candidatos y opciones electorales. Una cuestión resulta clara: no se puede elegir aquello que no se conoce. En este terreno la lucha es desigual. Las diferencias tan sustanciales en potencial económico de las diversas organizaciones políticas supone que ciertos rostros y nombres resulten muy conocidos, mientras que otros permanecen en el más absoluto de los anonimatos. Pero este hecho no cabe calificarse de justo o injusto, ya que responde simplemente a un problema de capacidad de inversión publicitaria en un producto determinado.

Lo que ya puede resultar más criticable es que los propios medios de comunicación obvien a los candidatos y programas de los partidos menos poderosos. La campaña electoral es una disputa de ideas, de estilos, de nombres, y hasta ahora no está demostrado que las mejores opciones políticas sean las que cuenten con más respaldo

económico.

Esa tendencia a resaltar a algunos de los candidatos y a ignorar a otros no parece que vaya a corregirse en un futuro inmediato, sino más bien todo lo contrario. Los debates televisivos puestos de moda recientemente en nuestro país entre los candidatos de los dos principales partidos, apuestan claramente por la exclusión de determinadas opciones políticas. Las razones que habitualmente se dan para justificar ese modo de proceder, a saber, que se trata de las ofertas electorales más apoyadas, no nos parecen válidas. En primer lugar, hay que suponer que hasta el momento en que se realice el recuento de votos todas las alternativas tienen iguales posibilidades de obtener la confianza mayoritaria del electorado. En segundo lugar, y aunque se dude de lo anterior, las normas más elementales del "fair play" recomiendan que debe darse un trato igual a los competidores. En tercer lugar, es evidente que si los medios, por las razones que sea, siguen volcándose en unos candidatos y no en otros, la situación se seguirá perpetuando sin ninguna posibilidad de modificación: los medios dedican más atención a los candidatos con más posibilidades, y los candidatos tendrán más posibilidades cuanta más atención le dediquen los medios. En definitiva, y resumiendo lo anterior en un principio que posiblemente harían suyo no sólo teóricos del establecimiento de la agenda, sino cualquier estudioso de los medios de comunicación: lo que no aparece en los medios, no existe.

La afirmación anterior refleja que uno de los desafíos que tienen ante sí los grupos con menos poder, es el tratar de que sus opiniones y mensajes sean recogidos y tratados por los medios de comunicación de masas.

Gans (1972) señalaba que:

> "en cualquier sociedad moderna en la que diferentes clases, grupos religiosos y étnicos, intereses políticos y grupos de edad luchan entre sí por el control de los recursos de la sociedad, existe también una lucha por el poder de determinar o influir los valores de la sociedad, mitos, símbolos e información" (p. 373).

En esa situación, los grupos con menos poder, por sus propias características, tendrán muchas más dificultades que los grupos de mayor poder en utilizar esos canales de influencia y a un coste tan bajo. Ello les obligará, por tanto, a recurrir a otro tipo de estrategias.

La psicología de las minorías activas ha analizado las distintas circunstancias que conducen a que un grupo sin poder tenga capacidad de influencia. Uno de esos factores es el contar con un punto de vista coherente, bien definido, que se defienda de forma sistemática y que resulte contrario, de forma moderada o extrema, al mantenido por la mayoría. Junto a lo anterior, es preciso que esa posición minoritaria resulte socialmente visible. En esa misma línea, Lipsky (1970) era consciente de la importancia de los medios para la estrategia política cuando afirmaba que la protesta era la única alternativa que tenían los grupos con menor poder social, pero que esos grupos dependían de los medios para que sus demandas fuesen favorablemente acogidas por el resto de la

sociedad.

El análisis de Gamson (1988) sobre el discurso nuclear y los movimientos sociales, muestra claramente como posturas que en un momento resultan absolutamente minoritarias pueden, debido a la confluencia de las acciones de protesta y la atención de los medios, llegar a ser asumidas por gran parte de la población. Gamson comenta como la ocupación de Seabrook por parte de 1.400 manifestantes para protestar por el reactor nuclear de New Hampshire, provocó un duro enfrentamiento entre el Gobernador del Estado y los ocupantes que atrajo la atención durante varios días de los principales medios de comunicación de los Estados Unidos de América.

En los primeros momentos de ese enfrentamiento, los medios de comunicación se centraron de modo exclusivo en los acontecimientos que estaban ocurriendo, sin entrar en las razones que movían a los manifestantes a comportarse de aquella manera. Pero de acuerdo con los estudios realizados sobre la influencia de las minorías activas, la defensa coherente y sistemática de una posición lleva a la mayoría a plantearse qué motivos tiene la minoría para actuar de esa forma. Eso fue precisamente lo que hicieron los medios de comunicación: tratar de conocer si las justificaciones de los manifestantes tenían o no sentido. Para ello, los medios solicitaron la opinión de la Union of Concerned Scientists, una asociación de científicos que venía proclamando la necesidad de buscar alternativas a la energía nuclear. Este grupo de científicos avaló, en gran medida, las demandas de los manifestantes. Como sistemáticamente ha sido demostrado en los estudios sobre psicología de la persuasión, la credibilidad de la fuente es un elemento fundamental para que un mensaje sea aceptado por la audiencia. En este sentido el apoyo de los científicos, dado el prestigio, credibilidad y consideración social con la que cuentan, ayudó a incrementar de modo significativo la aceptación del discurso defendido por los manifestantes.

En este análisis de Gamson se ponen de manifiesto algunos de los elementos que contribuyen a que ciertos temas adquieran visibilidad social y a que se cuestionen determinadas creencias que durante un tiempo son consideradas como las únicas aproximaciones válidas a un tema. Las acciones de protesta contra las plantas de energía nuclear atrajeron la atención de los medios de comunicación que se vieron obligados a describir no sólo lo que estaba aconteciendo, sino también a intentar explicar los motivos últimos de esas movilizaciones. El hecho de que un grupo de científicos compartiesen las preocupaciones y demandas del movimiento antinuclear permitió que éste adquiriese una mayor credibilidad ante el conjunto de la población. A partir de ese momento el único discurso existente sobre la energía nuclear, basado en la fe en el progreso, se tuvo que enfrentar con aquel otro que apuntaba los riesgos y los dudosos beneficios que entrañaba esa opción energética. Los medios de comunicación se hicieron eco y reprodujeron ese debate posibilitando el desarrollo de nuevas actitudes frente a la cuestión nuclear.

Lo anterior tenía como objeto mostrar la importancia que tienen los medios de comunicación en la difusión de puntos de vista minoritarios. Sin embargo, también es preciso aludir a los riesgos que implica ser objeto de atención por parte de los medios.

En primer lugar, no debemos obviar el hecho de que las acciones de protesta son

cada vez más frecuentes y numerosas en nuestra sociedad, con lo que el interés de los medios en ellas es cada vez menor. De este modo, los organizadores de cualquier acción de protesta se enfrentan al dilema de incrementar o no el nivel de riesgo que asumen los participantes en la movilización. Si se incrementa ese nivel de riesgo, la protesta tendrá un mayor impacto social y merecerá la atención de los medios; sin embargo, incrementar el coste de la acción puede conducir a un descenso significativo en el número de participantes.

Otro de los problemas que pueden plantearse cuando los movimientos de protesta despiertan la atención de los medios de comunicación, es la distorsión y manipulación de la dinámica y/u objetivos de ese movimiento. Los medios y los movimientos de protesta se necesitan mutuamente. Los medios precisan de acontecimientos especiales y dramáticos, y los movimientos desean una publicidad que los haga visibles para captar apoyos. Pero en esa relación entre medios y movimientos de protesta existe una asimetría de poder. Los medios tienen la capacidad de definir el movimiento, mientras que éste último apenas puede incidir en el tratamiento que recibe de aquellos.

Gitlin (1980) estudió cómo la atención que los medios de comunicación de masas prestaron a un movimiento de protesta afectó negativamente a su evolución posterior. El grupo de Students for a Democratic Society (SDS) tenía una incidencia muy limitada en los campus de la Universidades de los Estados Unidos de América, hasta que los principales medios de comunicación empezaron a dedicarle una atención especial a ese movimiento estudiantil. Gitlin señala algunos de los esquemas utilizados en un primer momento por los medios de comunicación para definir al SDS:

— Trivialización. Se hacía referencia al tipo de lenguaje utilizado, la forma de vestir, la edad, etc.
— Polarización. Las informaciones sobre otros grupos que se oponían a los del SDS, tales como los neonazis, contribuyeron a crear una imagen de radicalismo de ese movimiento y a equipararlos en la mente de la audiencia con el extremismo de derechas.
— Énfasis sobre la existencia de disensiones internas en el movimiento.
— Marginalización. A los militantes no se les consideraba representativos del sentimiento popular y se les presentaba como elementos desviados.
— Dudas sobre el apoyo real con el que contaban y sobre la efectividad del movimiento.

A medida que ese movimiento cobró más fuerza y simpatía entre ciertos sectores de la población, las críticas por parte de algunos medios fueron aumentando, incorporándose nuevos esquemas en las informaciones dirigidas al público. Entre ellos, Gitlin cita los siguientes:

— Dependencia de los medios de las declaraciones que sobre el movimiento realizaban las autoridades y el gobierno.

— Referencia a la presencia de comunistas dentro de esa organización.
— Se destacaba especialmente el hecho de que algunos de los manifestantes portasen banderas del Viet Cong.
— Una parte sustancial de las informaciones estaban referidas a los actos de violencia que se producían durante las manifestaciones.
— Intento de deslegitimar aquellos eslóganes del movimiento, como el de "marcha por la paz", que podían tener impacto sobre la población.

Como se desprende de lo anterior, la búsqueda de eco informativo para las acciones de protesta no siempre resultan útiles ni eficaces para los movimientos sociales. Existen diversas barreras que impiden que la dinámica y la finalidad del movimiento sean fielmente tratados en los medios de comunicación. Por una parte, nos encontramos con ciertos hábitos y estilos informativos que prestan una atención especial a los hechos y no a las causas de los mismos, que tienden a estereotipar y a enfatizar las situaciones de dramatismo o violencia aunque éstas sean una anécdota casi irrelevante dentro de una dinámica social y política mucho más amplia. Por otra parte, no debemos olvidar que ciertos movimientos sociales pueden resultar molestos para determinados grupos sociales, que pretenderán desacreditar el movimiento y sus objetivos recurriendo a estrategias como la de psicologización.

11.5. Indicadores culturales

La teoría de los indicadores culturales ha sido desarrollada por George Gerbner. Este autor, vinculado a la Annenberg School of Communications, va a centrar su análisis de los medios en la televisión. Respecto a este medio, señala lo siguiente:

> "La televisión es un sistema centralizado de narrar la historia. Sus dramas, anuncios, noticias y otros programas llevan un mundo relativamente coherente de imágenes y mensajes comunes a cada hogar televidente. La gente ha nacido ahora dentro del ambiente simbólico de la televisión y vive con sus repetitivas lecciones a lo largo de la vida. La televisión cultiva desde el principio las predisposiciones genuinas que influye en los usos y selecciones culturales futuros. Trascendiendo barreras históricas de cultura y movilidad, la televisión se ha convertido en la principal y más común fuente de cultura cotidiana de una población diversa y heterogénea.
>
> Muchos de los que actualmente dependen de la TV, nunca, anteriormente, habían tomado parte en una cultura política nacionalmente compartida. La televisión suministra, quizá por primera vez desde la religión preindustrial, un fuerte vínculo cultural entre las élites y el resto del público, un ritual diario compartido y con contenido altamente informativo e irresistible. ¿Cuál es el papel de esta experiencia común en la socialización general y en la orientación política de los americanos? Esa cuestión, de importancia política y de gran impacto social, no ha sido aún debidamente analizada" (1990, p. 729).

Uno de los objetivos del grupo de Gerbner es el estudio de lo que denominan indicadores culturales, esto es, los valores, actitudes, creencias, que los medios

proporcionan a través de las descripciones y comentarios que realizan sobre la realidad. Pero este trabajo estaría incompleto si no se ve acompañado por un análisis detallado de la influencia que esos contenidos tienen sobre las representaciones de los sujetos; esto es a lo que Gerbner llama el análisis de cultivo.

Para su programa de investigación, Gerbner y colaboradores recaban tres tipos de datos:

a) La representación de la realidad que tienen los sujetos.
b) Lo que ocurre en la realidad.
c) La imagen de la realidad que transmiten los medios de comunicación.

Una vez que se tenga la información de esos tres aspectos, podrá establecerse si la percepción que tienen los sujetos de su entorno se corresponde con lo que realmente acontece en el mismo, o si está mediatizada por la televisión.

Por otra parte, Gerbner diferencia entre televidentes duros y ligeros. Esta distinción pondría de manifiesto un cultivo diferencial en los porcentajes de "respuestas televisivas" dadas por ambos grupos de sujetos. El hacer referencia a esos dos tipos de televidentes, duros y ligeros, y justificar en base a ello las diferencias percibidas puede resultar en principio problemático. Decimos esto por lo siguiente: ¿hasta qué punto otras diferencias de la audiencia como el nivel cultural, nivel informativo, experiencia con los acontecimientos narrados, etc., no están influyendo en el modo en el que considera la visión del mundo transmitida por los medios? Como puede observarse, este parece un nuevo capítulo de aquella vieja polémica sobre el papel que desempeñan las variables personales en el contexto de los medios de comunicación de masas. Pero Gerbner *et al*. (1980) se enfrentan a esta cuestión mencionando dos procesos importantes que sirven para aportar soluciones a ese conflicto. Esos dos procesos son: sobreinclusión y resonancia.

El proceso de sobreinclusión se relaciona con el hecho de que la televisión da una imagen homogénea de la realidad que anula la existencia de diferencias entre los sujetos que prestan una mayor atención a este medio. En palabras de Gerbner *et al*. (1990):

> "… las diferencias encontradas en las respuestas de los diferentes grupos de televidentes, diferencias que pueden ser asociadas a otras características culturales, sociales o políticas de estos grupos, pueden estar disminuidas o incluso ausentes de las respuestas de los televidentes duros en los mismos grupos" (p. 73-74).

La resonancia hace referencia a que ciertos temas y problemáticas tratadas en la televisión adquirirían una mayor significación para los sujetos en la medida en que confirmen y refuercen impresiones o percepciones previas.

Con ese bagaje teórico, Gerbner y colaboradores se enfrentan a la tarea de conocer la representación que los medios brindan de la realidad y cómo aquella afecta a la representación de la realidad que mantienen los individuos. Algunas de las principales

áreas de investigación de Gerbner son: representación en los medios de los diversos grupos sociales y étnicos y violencia y victimización.

En lo que se refiere al primer aspecto, Gerbner demuestra que tanto las mujeres como las personas pertenecientes a grupos étnicos minoritarios están infrarrepresentados en los medios en relación a su número real en la sociedad. Junto a esa infrarrepresentación, estas personas aparecen en los medios desempeñando roles secundarios. De esta manera, los medios están contribuyendo a reforzar un discurso social negativo respecto a lo que constituyen las señas de identidad social de muchas personas. Esta situación es la idónea para que tengan lugar efectos tan perversos como los de la negación de la identidad social, autominusvaloración, etc. Este sería el caso de aquellos que reniegan de su propio idioma, color, origen, etc., por considerar que tienen un menor valor que otros.

La infrarrepresentación de ciertos grupos y la sobrerrepresentación de otros, vuelve a ocurrir en el caso de las clases sociales. El grupo de Annenberg señala que, pese a que la clase trabajadora supone el 67% de la población general, únicamente aparece desempeñando el 10% de los personajes que se asoman a las pantallas de la televisión. Esta infrarrepresentación de cierta clase en la televisión no sería problemática a no ser que incidiese en las percepciones e imágenes de los sujetos. El trabajo de Gerbner demuestra precisamente eso, que los medios influyen en la conciencia de clase. Comparando a televidentes duros y ligeros de clase baja, se observa que los primeros tienen una mayor probabilidad de considerarse de clase media. De acuerdo con estos resultados, Gerbner *et al*. (1990) afirman que "la experiencia de la televisión parece contrarrestar otras circunstancias a la hora de pensar en la propia clase. Es un disuasor especialmente poderoso de la conciencia de clase trabajadora" (p.79).

Otro de los aspectos en los que se pone de relieve la contribución de la televisión a determinadas percepciones y actitudes ante el mundo social, es en la autoidentificación política de los sujetos. Los resultados obtenidos por la escuela de Annenberg muestran que los televidentes duros de diferentes orientaciones políticas tienden, en mayor medida que los televidentes ligeros, a utilizar más frecuentemente la etiqueta de moderado para autodefinirse políticamente. Esto podría llevar a pensar que la televisión ejerce un papel de moderación en la vida política. Sin embargo, un análisis detallado de las actitudes mostradas por los diferentes grupos de televidentes ante distintas cuestiones sociales y morales, muestra que el calificativo de moderado que se atribuyen los televidentes duros, resulta simplemente una etiqueta. Pero dejemos que Gerbner *et al*. (1990) nos aclaren esta cuestión:

> "la tendencia dominante cultural (y evidentemente política) de la televisión tiende a absorber las tendencias divergentes que tradicionalmente moldearon el proceso político y a contener sus propias contracorrientes. Los televidentes duros tienden más que los televidentes ligeros comparables a autodenominarse 'moderados' pero adoptan posiciones que son inconfundiblemente conservadoras, excepto en problemas económicos.
>
> Nuestro análisis muestra que a pesar de que la exposición a la televisión hace disminuir las distancias entre conservadores, moderados y liberales, es la posición liberal la más débil entre los televidentes duros. La exposición a la televisión difumina las diferencias tradicionales, mezclándolas

> en una tendencia dominante más homogénea, e inclina la tendencia dominante hacia una posición de 'línea dura' en los problemas relativos a la minoría y a los derechos personales. El populismo comercial a ultranza, con su mezcla de conservadurismo restrictivo y su liberalismo rastrero, es la contribución paradójica (y potencialmente volátil) de la televisión a las orientaciones políticas" (p. 93-94).

Otra de las grandes áreas de trabajo de Gerbner es la victimización. Los efectos de la violencia en las pantallas de la televisión han sido estudiados, fundamentalmente, en relación al proceso de aprendizaje vicario u observacional. Los estudios de Bandura (1973) en los que muestra las consecuencias de la observación de modelos agresivos, son un buen ejemplo de este enfoque de investigación. Pero Gerbner y su grupo realizan un tratamiento distinto de este tema. Para ellos, el mundo violento y peligroso que se muestra a través de las pantallas de ese medio de comunicación da lugar a dos importantes consecuencias: sentimientos de vulnerabilidad y demanda de mayor seguridad y protección por parte de los poderes públicos.

Para comprobar hasta qué punto el mayor tiempo de exposición a la televisión se traducía en una mayor percepción de riesgo personal en la vida cotidiana, Gerbner y colaboradores elaboraron un índice de percepción de peligro. Puesto en relación ese índice con el tiempo dedicado a ver la televisión se comprobó que los televidentes duros, en mayor porcentaje que los ligeros, tendían a sobreestimar el nivel de violencia y delincuencia. Pero para darle a estos resultados su justo alcance, y no olvidar algunos de los fenómenos que comentamos anteriormente, habría que apuntar que esa relación entre tiempo de exposición a la televisión y percepción de peligro era superior en personas que vivían en zonas con un elevado índice de violencia. Esto muestra la importancia del fenómeno de la resonancia, esto es, el efecto combinado entre experiencia y exposición a los medios.

Un aspecto de indudable trascendencia en este tema, son las consecuencias sociopolíticas que se derivan de esos sentimientos de inseguridad personal y temor. Como se ha señalado en distintas ocasiones, una sociedad abierta y democrática supone la existencia de un equilibrio, a veces difícil y complicado, entre distintos derechos y valores individuales y sociales. Uno de esos puntos que con frecuencia resultan polémicos y conflictivos es la relación entre el derecho a la seguridad y la libertad. Si se asume, siguiendo el discurso presente en la televisión, que se vive en una sociedad llena de amenazas y peligros, no resulta extraño que se demanden medidas policiales y legales más contundentes para poner freno a ese estado de cosas. En este sentido, los sujetos pueden mostrarse favorables a aquellos partidos que defienden como valores supremos el orden y la seguridad.

CAPÍTULO 12

MARKETING Y PUBLICIDAD POLÍTICA

12.1. Introducción

Desde sus inicios (que podrían centrarse en el mundo académico norteamericano de principios del siglo xx), hasta la actualidad, el marketing ha sido una actividad ligada al ámbito empresarial y a las operaciones de naturaleza económica. No obstante, a partir de los años 60 ha extendido su campo de acción a otros círculos. En este sentido, Kotler y Levy (1969), sugirieron la ampliación del concepto, incluyendo en el mismo a organizaciones con objetivos distintos de los meramente industriales. De esta manera, y ciñéndonos al campo que nos ocupa, aspectos como partido político, ideología, programa electoral, candidato, estrategia política, oferta y demanda política, publicidad política, mercado político, entre otros, se han ido incorporando y, por tanto, enriqueciendo el diccionario terminológico del marketing, hasta el punto que su propia definición general, para ser aceptada, debería hacer referencia a esta nueva manera de entender dicho concepto. Para ello se hacía preciso la reformulación de su enfoque, el uso de nuevas metodologías y técnicas de análisis así como la utilización del conocimiento proporcionado por otras disciplinas.

En la actualidad, se reconoce, de forma generalizada, que las ideas también son objeto de intercambio, y como tal así lo recoge la definición oficial de marketing que nos proporciona la American Marketing Association. Esta evolución, propia de un campo emergente y en progresiva transformación, ha dado lugar a la diversificación del concepto original y a la aparición de etiquetas que intentan catalogar las nuevas áreas de aplicación del marketing.

Surge así lo que se denomina marketing no empresarial, que Santesmases (1993) define como "el conjunto de actividades de intercambio, básicamente de servicios e ideas, que son llevadas a cabo fundamentalmente por instituciones sin ánimo de lucro, bien sean privadas o públicas" (p. 773). Pero, al mismo tiempo, este autor distingue cuatro grandes áreas diferentes dentro de esta modalidad: marketing de instituciones no lucrativas; marketing público; marketing social; y marketing político. Este último, el que

aquí nos interesa, es el que lleva a cabo un partido político, un sindicato o un candidato para conseguir el apoyo a sus ideas o programas y obtener el voto de los electores.

Así pues, el marketing deja de ser considerado como un arte que pone la creatividad al servicio de la venta de productos, para convertirse en una verdadera disciplina científica que, como tal, tiene un objeto de estudio propio, posee un cuerpo doctrinal amplio, unos métodos de investigación sistemáticos y cuyo objetivo es la persuasión.

No obstante, aunque resulte una obviedad recalcarlo, la evolución de esta reciente disciplina, no se ha hecho de forma tan lineal como se pudiera deducir de lo comentado hasta estos instantes. Ni mucho menos. Lo que hemos querido destacar es que, poco a poco, el marketing ha ido ampliando su radio de acción hasta tomar en consideración otros aspectos que no se habían tenido en cuenta en un primer momento.

Además de lo anterior, cuando se añade la etiqueta de "político" al concepto de marketing, se abre un campo no exento de controversias. ¿Se trata de una nueva rama del marketing general o, por el contrario, es un campo con métodos, técnicas y estrategias totalmente diferenciadas? Como suele ocurrir en las ciencias sociales, podemos encontrar defensores de una y otra posición. Pero no es este el lugar para debatir sobre principios epistemológicos, sino de profundizar, en la medida de lo posible, en los distintos aspectos relacionados con la "venta" de lo político.

12.2. Definición de marketing político

Por lo anterior es preciso que nos pongamos de acuerdo sobre qué se entiende por marketing político (también denominado *politing)*. Siguiendo a Barranco (1982), podríamos definirlo como:

> "el conjunto de técnicas que permitan captar las necesidades que un mercado electoral tiene, estableciendo, en base a esas necesidades, un programa ideológico que las solucione y ofreciéndole un candidato que personalice dicho programa y al que se apoya e impulsa a través de la publicidad política" (p. 13).

A pesar de que compartamos la definición anterior, debemos hacer una necesaria aclaración. Barranco establece una asimilación total entre marketing político y electoral. No obstante, y de acuerdo con Ortiz (1983), ambos conceptos deben diferenciarse. Para este autor el marketing político es un concepto más general que engloba al electoral. Así, mientras el primero se caracteriza por una actividad permanente que persigue la consecución de objetivos a corto y largo plazo, el marketing electoral viene determinado por una serie de actividades de duración limitada, con unos objetivos a corto plazo y circunscrito a un período temporal específico.

De cualquier manera, se tomen por separado o conjuntamente, lo cierto es que tanto uno como otro (político y electoral), hacen uso de la comunicación de masas, y por tanto de la persuasión, para la promoción y venta de un determinado producto (ya sea un partido, un candidato, un programa electoral, unas promesas o una ideología), en un

mercado también determinado. Por lo tanto, se podría asumir que el marketing político tiene sus antecedentes más remotos en aquellos estudios que, desde la retórica, se realizaban para determinar las claves de los discursos persuasivos.

Entendido de esta manera, no existe mucha diferencia entre el marketing político y el que lleva a cabo cualquier otra organización. Este es un hecho que acertadamente subraya Barranco (1982), cuando señala que

> "el objetivo de un partido es igual que el de cualquier empresa comercial, industrial o de servicios: convertir su producto en el líder del mercado, es decir, conquistar el mercado, en nuestro caso el poder, a través de la venta de la ideología política que convenza al mayor número de electores" (p. 13).

Si bien lo anterior se puede asumir, también es cierto el hecho de que cada forma de marketing tiene sus propias características y peculiaridades y a ello no es ajeno, por supuesto, el marketing político.

Para llevar a cabo un programa comunicativo de este estilo, y como ya indicamos, el marketing utiliza los conocimientos procedentes de otras ciencias. Tratándose de una disciplina tan joven, lo extraño sería justamente lo contrario. Dichos conocimientos incluso pueden resultar imprescindibles para su eficaz desarrollo. Precisamente en este punto es donde se imbrica dicho campo con el de la psicología. Como señala Quintanilla (1989), "esta confluencia de intereses, entre la psicología y el marketing, se hace altamente evidente con la reciente aparición de la revista Psychology & Marketing" (p. 27).

En las páginas que siguen vamos a centrarnos en dos aspectos en los que se pone de manifiesto la importancia que ha ido adquiriendo la psicología aplicada al mundo del marketing en general y específicamente al político; aspectos que, incluidos dentro de lo que se conoce como psicología del consumidor, resultan imprescindibles para que se puedan conseguir los objetivos persuasivos diseñados. Nos referimos a la investigación del mercado político y la publicidad política.

12.3. Investigación del mercado político

La investigación del mercado político es el primer paso que debe llevar a cabo una organización política si quiere planificar una estrategia de marketing exitosa. Si bien es cierto que con ella no está garantizado el éxito, también lo es que si no conocemos las necesidades y demandas de los consumidores a los que se va a dirigir nuestro producto, difícilmente podremos alcanzar los objetivos persuasivos perseguidos. La investigación del mercado, pues, ayudará a los responsables de la campaña de marketing en sus futuras decisiones, adaptándola a dichas necesidades o demandas, y sustituyendo, en la medida de lo posible, el subjetivismo o la intuición por la objetividad de los datos obtenidos.

Barranco (1982) define la investigación del mercado político de la siguiente manera: "el análisis metódico de los distintos segmentos o grupos sociales que lo integran, así

como de todos aquellos factores que puedan modificarlos física, psíquica, económica y sociológicamente, en el espacio y en el tiempo" (p. 28).

A continuación comentaremos muy brevemente dos aspectos de esta definición que parecen verdaderamente relevantes.

Por una parte, el hecho de que el mercado político está formado por una amplia variedad de personas. Contrariamente a lo que sucede en otras formas de marketing, en las que nos dirigimos a sectores específicos de la población, en el político el ámbito de actuación es mucho más amplio. Dicho mercado no sólo estará compuesto por los afiliados a una organización política concreta o los simpatizantes de una determinada opción política, sino que dentro del mismo, también debemos incluir tanto a aquellos que desconocen nuestro partido u organización política como a los que dudan de la eficacia de dicha organización. Pero, además, se trata de personas de edades muy diferentes, lo cual se convierte en una dificultad añadida a la hora de establecer, por ejemplo, el lenguaje o canal de comunicación que mejor se ajuste a las características de las personas a las que van a ir dirigidos los mensajes.

Así pues, una decisión que se debe tomar en este primer momento del proceso gira en torno al segmento al que nos dirigiremos. ¿Debemos intentar abarcar a todos los electores? ¿Debemos centrarnos solamente en aquellos que permanecen ajenos a nuestro programa? ¿Debemos hacer especial incidencia en los que dudan de nuestra eficacia? Utilizando conceptos del propio Barranco ¿debemos centrarnos exclusivamente en la clientela potencial, o debemos también incluir el mercado efectivo? Los objetivos y el nivel de penetración social de cada partido sin duda desempeñarán un importante papel en esta toma de decisión.

Por otra parte, la anterior definición igualmente pone de manifiesto el carácter dinámico del mercado político. Efectivamente, se trata de un sector poblacional que, por unas u otras razones, está continuamente modificándose. Además, y este es un aspecto que a menudo se olvida, los individuos sobre los que pretendemos influir no están aislados, sino que esta potencial influencia se puede ver tamizada por todo el entramado de redes y relaciones sociales que se establecen entre las personas.

Como ya hemos señalado, la investigación del mercado político nos debe proporcionar, en un primer momento, información acerca de su conducta pasada de voto, su intención de voto, también aspectos relativos a programas y candidatos (propios y oponentes), sus preferencias, aspiraciones, necesidades y reivindicaciones. Estas informaciones servirán a los dirigentes de una determinada organización política para aproximarse a la problemática de los ciudadanos que, aunque de forma indirecta, van a ser los artífices de otorgar la responsabilidad a una determinada opción política.

Pero la investigación del mercado nos proporcionará todavía más datos de interés para la estrategia de marketing. En ese momento se produce una comparación con los partidos contrincantes, o cuando menos, con los que se encuentran más próximos en las preferencias de los electores. Para presentar un buen producto no basta con hacer un autoanálisis del mismo, sino que tenemos que enfrentarlo a otro producto similar ofertado por otra organización que persigue idénticos objetivos. Esto nos permitirá conocer las

ventajas e inconvenientes de los distintos programas, candidatos y, por lo tanto, de las diversas ofertas políticas. Este conocimiento de los puntos fuertes y débiles de nuestra organización y de los contrarios, nos posibilitará establecer una estrategia en la que se combinará, por un lado, una mejor defensa de nuestro producto y, por otro, un posible ataque, siempre basado en argumentos, a la oferta de nuestros oponentes.

Otro dato de interés que proporciona la investigación del mercado político, y que resulta imprescindible para el establecimiento de unos objetivos adaptados a nuestra organización, es el que se refiere al nivel de penetración de la misma en la sociedad. En otras palabras, nos posibilitará conocer tanto los electores reales y potenciales como aquellos que dudan de la eficacia de nuestra organización y que, por lo tanto, se decantarán por otra opción política. Esta tarea, como ya hemos comentado, no resulta sencilla habida cuenta de la gran fragmentación de un mercado electoral que, como el español, puede seleccionar entre múltiples alternativas que, aún no siendo totalmente opuestas, sí presentan una diferente imagen de la propia realidad social.

Para lograr toda esta información, los profesionales del marketing político tienen a su disposición una serie de procedimientos de investigación, sobradamente utilizados y probados en otras disciplinas, para garantizar la cientificidad y rigurosidad de los datos obtenidos. Los más utilizados suelen ser los siguientes: la observación directa, la encuesta por correo, la encuesta telefónica, el panel de electores y la entrevista personal (Barranco, 1982). Por las limitaciones que un trabajo de este estilo nos impone, simplemente haremos una muy breve referencia a los mismos.

Con la *observación directa* se detectan una serie de hechos sin que sea necesario la ayuda de un equipo sofisticado (como sucede con otras técnicas) y, además, se lleva a cabo en lugares públicos. Aunque los métodos de observación varían considerablemente desde los relativamente formales y desestructurados hasta los altamente formales y estructurados, el objetivo que se persigue es siempre el mismo: recoger aquellas acciones que tienen un significado potencial para la investigación y registrar cada ejemplo de las mismas en un período determinado de tiempo.

Los métodos observacionales presentan dos ventajas principales: por un lado, se pueden realizar no intrusivamente, esto es, en una situación natural sin que el sujeto se percate de que está siendo observado y, por otro lado, que los hechos son anotados en el momento de su ocurrencia. Posiblemente el aspecto que más limita la utilización de la observación no sólo al campo concreto del marketing político, sino también a cualquier otra disciplina, sea su incapacidad para poner de manifiesto las cogniciones, actitudes, valores y/o motivaciones de las personas observadas, así como su potencial conducta futura. Junto a ello, tendríamos que mencionar su elevado coste y el nivel de preparación exigible a los observadores como otros inconvenientes relacionados con esta técnica de recogida de datos.

Pero hay otro aspecto que subyace a las técnicas observacionales y que está incidiendo en la fiabilidad de los datos obtenidos por las mismas. Nos referimos a sesgos en nuestras observaciones que, por ser la mayoría de las veces involuntarios, resultan más difíciles de controlar. Siendo cierto lo anterior, también lo es que existen

procedimientos que nos pueden mostrar si las observaciones realizadas son o no fiables. Algunos autores señalan que, en este caso, los más conocidos y utilizados son el índice de concordancia, el coeficiente Kappa y las correlaciones.

En la *encuesta por correo* es el encuestado quien debe cumplimentar el cuestionario que se le envía, generalmente, a su domicilio particular. Por lo tanto, por su propia naturaleza, ya está eliminado uno de las principales sesgos de algunas técnicas de recogida de datos, esto es, el propio entrevistador, por lo que se convierte en un instrumento sumamente valioso para abordar temas que, como los políticos, a menudo despiertan ciertas reservas o reticencias en los sujetos.

Unido a lo anterior se considera que las personas que la cumplimentan, amparadas en su anonimato, contestarán a las distintas preguntas de manera más sincera. Además, se trata de respuestas más precisas en tanto que se dispone de tiempo para reflexionar sobre ellas.

Otro aspecto positivo de las encuestas por correo, frente a otro tipo de encuestas, es su menor costo. Junto con ello, resulta mucho más sencillo llegar a zonas geográficamente aisladas. Ambas son cuestiones importantes: por un lado, a nadie se le escapa la relevancia del componente económico y, por otro lado, como es bien sabido, la representatividad de la muestra influye directamente en el poder de generalización de los resultados.

A pesar de lo anterior, lo cierto es que hay una serie de cuestiones que limitan considerablemente la utilización de esta técnica de recogida de datos. Entramos así a señalar los principales inconvenientes de las encuestas por correo. Un primer aspecto que nos debe hacer reflexionar sobre su empleo es el bajo porcentaje de sujetos que remiten el cuestionario cumplimentado, reduciéndose la muestra, de esta manera, a un número inferior incluso al que se obtendría a través de encuestas personales.

Este bajo porcentaje puede, además, estar afectando a la representatividad de la muestra y, en consecuencia, a la posibilidad de generalizar los resultados a la población de la que se ha extraído. Esta crítica se basa en la alta probabilidad de que los sujetos que respondan a la encuesta por correo, sean los defensores de las posiciones más extremas respecto al tema que se pretende analizar. De esta forma, dicha muestra no estaría plasmando todas las posibles opiniones de la población, característica imprescindible para que se considere representativa de la misma.

La dificultad que entraña saber si fue o no la persona seleccionada la que realmente contestó la encuesta, se convierte en otro de los importantes inconvenientes de esta técnica. A ello tendríamos que añadir también la imposibilidad de saber si lo hizo de forma individual o colectiva o si lo cumplimentó de forma continuada o con interrupciones.

La eficacia de las posibles preguntas de control también se ve reducida, en tanto en cuanto se desconoce si los sujetos contestan en el orden establecido o, también, si realizan una lectura previa para "hacerse una idea" de lo que se le va a preguntar.

Por último indicar también la imposibilidad de introducir explicaciones o aclaraciones a todas las posibles dudas de los sujetos. Ahora bien, hemos dejado esta limitación de las

encuestas por correo para el final, pues desde la metodología se dispone de estrategias para garantizar la fiabilidad del instrumento. Al margen de las pruebas estadísticas que se pueden efectuar a posteriori, debemos tener presentes, por ejemplo, las reglas para la formulación de las preguntas, o para la ordenación y extensión del cuestionario. Además, la realización de un estudio piloto podría limar las deficiencias del cuestionario, al tiempo que anticipar y, en la medida de lo posible, resolver, las dudas que puedan suscitar los ítems del mismo antes de su pase definitivo.

La tercera técnica de recogida de datos señalada anteriormente es la *encuesta telefónica*. Las ventajas del teléfono, para esta cuestión, parecen obvias. Por un lado, nos evita la pérdida de tiempo en desplazamientos de encuestadores y localización de encuestados. Este hecho, ya de por sí interesante, implica, además, un considerable abaratamiento de los costes del trabajo, al no tener que realizar ningún desplazamiento y, al mismo tiempo, al reducirse el número de supervisores y encuestadores necesarios.

Como cualquier otra técnica de recogida de datos, las encuestas por teléfono también presentan algunas desventajas. Quizás la más importante sea la imposibilidad de emplear apoyos visuales o tareas complejas, esto es, difícilmente se puede pedir, por ejemplo, que retengan una lista con 10 líderes u organizaciones políticas y posteriormente solicitarle que elijan una sola opción en función de su carisma, su eficacia percibida, o cualquier otra característica que nos interese analizar.

Otra limitación se refiere a la profundidad de la misma. Debido a que no es aconsejable realizar encuestas que vayan más allá de los diez o quince minutos, sólo nos permitirá analizar el tema superficialmente.

Hay otra desventaja que resulta obvia e intuitiva: la representatividad de la muestra seleccionada se ve claramente mermada y reducida, en tanto en cuanto sólo entrevistaremos a las personas que dispongan de lo que algunos autores denominan, en alusión al teléfono, ese "intruso irresistible". Ahora bien, los avances tecnológicos en el campo de las telecomunicaciones están, cada vez más, minimizando este aspecto que afecta negativamente a la posibilidad de generalizar los resultados obtenidos a través de las encuestas telefónicas.

Las encuestas telefónicas exigen a los responsables de las mismas una serie de características como pueden ser facilidad para contactar con el público, tener una voz persuasiva y agradable y una gran capacidad para llevar a las personas hacia el tema concreto que nos interesa. Por lo tanto, en una buena selección y preparación de los encuestadores, radicará buena parte del éxito de la recogida de datos a través del teléfono.

El *panel de electores* se refiere a una muestra permanente a la que se entrevista de forma periódica (Barranco, 1982), con el objetivo de analizar la evolución de la opinión de los electores acerca de distintos aspectos de una campaña (programas, partidos, líderes, etc.). Este mismo autor señala las principales ventajas e inconvenientes de esta técnica. Entre las primeras cita las siguientes: posibilidad de analizar la evolución de la opinión del votante y conocer, con gran anticipación, el signo de las tendencias o intenciones de la población. Por su parte, entre los inconvenientes destaca, junto con el

elevado coste que implica, la dificultad para encontrar personas que estén dispuestas a formar parte de la muestra y la mortandad experimental producto del cansancio o aburrimiento.

Llegamos así al método más utilizado en el marketing político que no es otro que la *entrevista personal*. Aquí se pone de manifiesto, una vez más, la influencia o dependencia del marketing en general, y del político en particular, respecto a otras disciplinas científicas, pues se trata de un método al que recurren ampliamente, aunque con distinta finalidad, psicólogos, médicos, sociólogos, periodistas, etc. Con ella se busca la información que pueden proporcionar los electores acerca de una serie de temas de interés para una determinada organización política en un momento específico. Para ello es preciso establecer una organización, a menudo compleja, y el entrenamiento de los entrevistadores que la van a llevar a la práctica. Estos dos aspectos, que están relacionados con los costes de la entrevista, suelen aparecer como los principales inconvenientes de la misma.

A pesar de lo anterior, la entrevista personal parece la más adecuada para abordar temas complejos, en tanto que se pueden aclarar posibles dudas del entrevistado, se pueden utilizar ayudas visuales (tarjetas de respuesta, mapas, etc.), o motivar a sujetos que, en principio, no estén muy interesados por el tema que se investiga.

Junto a estas ventajas, podemos apuntar otras que, si bien no son tan importantes como las anteriores, sí contribuyen a que, como ya hemos indicado, la entrevista personal sea la técnica más empleada en el marketing político. Estas son: posibilidad igual de los electores para poder ser entrevistados; alto porcentaje de respuestas; control de la sinceridad por parte del entrevistador y la posibilidad de adaptar el lenguaje a la persona entrevistada.

Al igual que en otros muchos campos de la ciencia, el marketing político, en esta primera fase, recurre a una práctica que no por habitual deja de ser necesaria como es la utilización de una muestra de sujetos. Por este motivo, el muestreo es uno de los aspectos metodológicos que se debe cuidar con esmero, pues de su adecuada utilización dependerá, en gran medida, la riqueza de los datos aportados por los distintos métodos de investigación.

A no ser que el número de elementos de la población que se vaya a analizar sea muy pequeño (lo cual es muy extraño en marketing político), el investigador del mercado político opta por la utilización de muestras que reproduzcan lo más exactamente posible las características de la población o universo que se intenta analizar, esto es, por la utilización de muestras representativas que le garanticen la generalización de los datos obtenidos. Para la determinación del tamaño muestral, la metodología ofrece distintas posibilidades, dependiendo de si se trata de una población finita o infinita. Las fórmulas aplicables en ambos casos son las siguientes:

- Para una *población finita:*

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N-q) + \sigma^2 \cdot p \cdot q}$$

• Para una *población infinita* (más de 100.000 unidades):

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra
N = tamaño de la población
E = margen de error

Las proporcionalidades son dos valores *(p* y *q)* que sumados dan 100, en donde *p* es el porcentaje de veces que se produce un fenómeno concreto, mientras que *q* es el porcentaje complementario:

σ = nivel de confianza (95,5%= 2σ; 99,7%= 3σ)

Como ya hemos señalado, toda la información que nos proporciona la investigación del mercado político nos va a servir para programar todas las estrategias que tienen como objetivo final la persuasión de dicho mercado. De entre ellas, una de las más importantes es la que se refiere a la publicidad política, a la que le dedicaremos la parte final de este capítulo.

12.4. Publicidad política

La publicidad (política) es la técnica persuasiva por excelencia utilizada desde el marketing (político) para la venta del producto (político). Barranco (1982) nos proporciona la siguiente definición de publicidad política o propaganda:

> "es un conjunto de técnicas específicas y medios de comunicación social que tienen como objeto dar a conocer un programa electoral, un perfil de un candidato, o una serie de ventajas de un partido político, con el fin de convencer ideológicamente y captar el voto de un electorado, en un mercado político" (p. 141).

Al margen de otros comentarios que a buen seguro se pueden hacer sobre esta definición, nos gustaría resaltar que la publicidad política tiene su punto de origen y destino en el mercado político. Por lo tanto, de la adecuada investigación del mismo,

como ya hemos indicado, va a depender en gran medida la eficacia de la publicidad.

Incidiendo en lo anterior, Quintanilla (1989) señala lo siguiente:

> "para diseñar un programa adecuado de comunicación y publicidad conviene conocer el mercado o público a quien se va a dirigir. Se puede afirmar incluso que es necesario ya que, en función de las personas a las que nos dirijamos decidiremos el tipo de lenguaje, mensaje, o medio de comunicación que utilizaremos" (p. 123).

Las distintas campañas electorales que por fortuna (y, por qué no decirlo, a veces también por desgracia) se han llevado a cabo en nuestro país, son un buen ejemplo de cómo se varían esos elementos en función de la audiencia a la que se dirigen los líderes o los participantes en las mismas.

De igual manera, en el tema de la publicidad política también se hace patente la relación, o incluso dependencia, del marketing político con otras disciplinas científicas. Como es bien sabido, el campo publicitario es uno de los pioneros en la aplicación del conocimiento psicológico al servicio de la persuasión. También son conocidos los estudios psicosociales ya clásicos, llevados a cabo en la década de los 50, por Hovland y su grupo de colaboradores sobre persuasión. Además, si asumimos que la publicidad política, como se desprende de la anterior definición de Barranco, consiste en la comunicación acerca de un determinado producto (ideología, programa, candidato) con el objetivo de producir un cambio de actitud y conducta en los potenciales consumidores del mismo, estaremos dirigiendo a esa parte del marketing político hacia los estudios sobre cambio de actitudes.

Concretamente, McGuire (1969) señala que para que se produzca la persuasión es preciso que se den una serie de etapas condicionadas entre sí. Estas fases son: atención, comprensión, aceptación, retención y acción. Resulta obvia la importancia de las dos primeras: si no se presta atención a un mensaje, o si no se comprende, difícilmente será eficaz cualquier publicidad. Por esta razón, una de las primeras tareas a las que ha de enfrentarse el publicista será captar la atención de la audiencia; tarea que no es nada sencilla en un mercado tan competitivo. Una vez lograda dicha atención de los sujetos es necesario que estos comprendan perfectamente la idea transmitida. Para ello se debe utilizar el lenguaje adecuado a la capacidad receptiva de la audiencia. Por su parte, la fase de aceptación supone el desplazamiento de la posición original de los sujetos hacia la defendida por el emisor del mensaje; una nueva posición que será asumida y retenida por la audiencia. Esta retención o asimilación debe llevar a los sujetos a comportarse de acuerdo con esa nueva actitud.

Si examinamos la propuesta de Barranco (1982) sobre las fases que influyen en la elaboración de un mensaje político, podremos fácilmente comprobar que no es más que una adaptación simplificada de las fases del proceso de cambio de actitudes que acabamos de resumir. Concretamente, indica que las etapas por las que se pasa en esa confección se dirigen a "llamar la Atención del elector hacia el mensaje político que se le envía; despertar el Interés hacia el partido o la simpatía hacia el candidato; crear un

Deseo de votar por él y, por último, lograr la Acción del voto hacia el partido" (p. 143). Esta técnica la denomina "AIDA".

Así pues, el hecho de resaltar las características anteriores vuelve a poner en relación los estudios sobre publicidad política con los realizados sobre los factores que intervienen en el proceso de comunicación y persuasión, esto es, fuente, mensaje, canal y receptor. A continuación vamos a hacer una breve referencia a uno de estos aspectos que todavía no hemos tratado en estas páginas, es decir, el medio o canal a través del cual se emite la publicidad.

Son muchos los medios que las organizaciones políticas utilizan para bombardearnos con sus continuas cuñas publicitarias, cada uno con unas características propias que los hacen más o menos atractivos para el logro de los fines persuasivos que se persigue con la propaganda. De nuevo en este terreno debemos resaltar la importancia de la investigación del mercado político. Efectivamente, como ya hemos indicado, analizando a los potenciales consumidores del producto político, el encargado de la estrategia publicitaria puede hacerse una idea del medio más adecuado para cubrir sus objetivos.

No obstante conviene señalar, aunque la propia experiencia ya se encarga de demostrarlo, que una campaña publicitaria no sólo hace uso de un medio de comunicación para llegar a las personas, sino que, en la medida de sus posibilidades (e incluso a veces excediéndolas), tratará de utilizar todos los canales a los que tenga acceso para llevar su mensaje a la mayor cantidad de personas.

La tarea del marketing político no se reduce a estos dos aspectos (investigación de mercado y publicidad política), ni tampoco a un marco temporal tan restringido como son las campañas electorales. Si fuera así, toda la estructura organizacional de marketing de los partidos carecería de significado y no tendría razón de ser en épocas en las que no estuviese en juego el voto.

La venta de lo político es algo que ocupa a las organizaciones políticas día a día, y por lo tanto, no se puede circunscribir a las tres semanas oficiales previas a una campaña electoral. Por esta razón adquiere un mayor significado la diferenciación establecida al principio de este capítulo entre marketing político y electoral. Si bien en un momento determinado (campañas y precampañas) tal distinción no resulta tan importante, pues se produce un solapamiento de intereses, sí lo es en otros momentos en los que las elecciones se convierten únicamente en un objetivo a largo plazo.

La "presentación" de la realidad sociopolítica de manera que favorezca determinados intereses partidistas, no puede terminar con el escrutinio de los votos. Aquí se podría adaptar una frase coloquial frecuentemente utilizada: a rey muerto (marketing electoral), rey puesto (marketing político). Con ello queremos resaltar que en ese momento se comienza otra forma de marketing que, si bien tiene unas estrategias políticas distintas, persigue el mismo objetivo de colocar el producto en la pole-position de la carrera por la conquista del mercado político.

BIBLIOGRAFÍA

ADORNO, T. W.; FRENKEL-BRUNSWICK, E.; LEVINSON, D. J. y SANFORD, N.: *The autoritarian personality*. Harper and Row. Nueva York, 1950 (versión castellana, Buenos Aires, Proyección, 1965).
ALDRICH, J. y SIMON, D.: "Turnout in American national elections", en LONG, S. L. (Ed.), *Research in micropolitics*. JAI Press. Greenwich, 1986.
ALMOND, G. A. y VERBA, S.: *The civic culture: political attitudes and democracy in five nations*. Little, Brown. Boston, 1965.
ALTEMEYER, B.: *Enemies of freedom*. Jossey-Bass Publishers. San Francisco, 1988.
ALTEMEYER, B.: *Right-wing authoritarianism*. Universidad de Manitoba Press. Winnipeg, 1981.

BANDURA, A.: *Social learning theory*. General Learning Press. Horristown, 1971. (Edición en Castellano, Espasa-Calpe. Madrid, 1982).
BANDURA, *A.:Aggression: a social learning theory*. Prentice Hall. Englewood Cliffs, 1973.
BARBER, J. D.: *The lawmakers: recruitment and adaptation to legislative life*. Yale University Press. New Haven, 1965.
BARNES, S. H.; KAASE, M. *et al.: Political action: mass participation in five western democracies*. Sage. Beverly Hills, 1979.
BARRANCO, F. J.: *Técnicas de marketing político*. Pirámide. Madrid, 1982.
BASS, B. M.: *Stodgill's handbook of leadership*. Free Press. Nueva York, 1981.
BAXTER, S. y LANSING, M.: *Women and politics: the invisible majority*. University of Michigan Press. Ann Arbor, 1980.
BERELSON, B. R.; LAZARSFELD, P. F. y MCPHEE, W. N.: *Voting*. Univeristy of Chicago Press. Chicago, 1954.
BILLIG, M.: *Arguing and thinking. A rhetorical approach to social psychology*. Cambridge University Press. Cambridge, 1982.
BILLIG, M.: "Political psychology and social psychological theory", en BROWEWR, *et al*. (Eds.), *Political psychology in the Netherlands*. Molla Russa. Amsterdam, 1986.
BLANCH, J. M.; ELEJABARRIETA, F. J. y MUÑOZ, J. M.: "Ideología política", en SEOANE, J. y RODRÍGUEZ, A. (Eds.), *Psicología política*. Pirámide. Madrid, 1988.
BOOTH, J. A. y SELIGSON, M. A.: "Images of political participation in Latín America", en BOOTH, J. A. y SELIGSON, M. A. (Eds.), *Political participation in Latin America* (Vol. 1). Holmes and Meier. Nueva York, 1978.
BROWN, R.: *Social psychology*. Free Press. Nueva York, 1965.
BURTON, J. W.: *Conflict and comunicaction: The use of contolled communication in international relations*. MacMillan. Londres, 1969.

CADENAS, J. M.: *El pensamiento político de los niños*. Universidad Central de Ve-
CAMPBELL, A.; CONVERSE, P. E.; MILLER, W. y STOKES, D.: *The american*

voter. Wiley. Nueva York, 1960.
CAMPBELL, A.; GURIN, G.; y MILLER, W. E.: *The voter decides*. Row Peterson. Evanston, 1954.
CITRIN, J.: "Comment: The political relevance of trust in government". *American Political Science Review*, 1974, 68: 973-988.
CONGE, P. J.: "The concept of political participation: Toward a definition". *Comparative Politics*, 1988, 2: 241-249.
CONWAY, M. M.: *Political participation in the United States*. Congressional Quarterly Press. Nueva York, 1990.

DASEN, P. R.: "Concrete operacional development in three cultures". *Journal of crosscultural Psychology*, 1975, 6: 156-172.
DAWSON, R. E.; PREWITT, K. y DAWSON, L. S.: *Political socialization*. Little, Brown and Company. Boston, 1977.
DE WEERD, M.; KLANDERMANS, B.; COSTA, M. y SABUCEDO, J. M.: "Farmers in the Netherlands and Spain: their collective action frames and intention to participate in farmer's protest". Comunicación presentada al *XXIII World Congress of Sociology*, Bielefeld, 1994.
DEUTSCH, M.: "What is political psychology". *International Social Science Journal*, 1983, XXXV:
DOWNS, A.: *An economy theory of democracy*. Harper and Row. Nueva York, 1957.

EASTON, D. y DENNIS, J.: "A political theory of political socialization. Children in the political system" (1969), en DENNIS, J., *Socialization to politics: a reader*. John Wiley and Sons. Nueva York, 1973.
EMLER, N. P. y HOGAN, R.: "Developing attitudes to law and legislative: an integrative review", en BREHM, S. S.; KASSIN, S. M. y GIBSONS, F. X. (Eds.), *Developmental social psychology*. Oxford University Press. Nueva York, 1981.
EYSENCK, H. J.: *The psychology of politics*. Rutledge and Kegan Paul. Londres, 1954. (versión castellana, Barcelona, Ariel, 1964).

FISHBEIN, M. y AJZEN, I.: "Acceptance, yielding and impact: cognitive processes in persuasion", en PETTY, R. E.; OSTROM, T. M. y BROCK, C. (Eds.), *Cognitive responses in persuasion*. Erlbaum, Hillsdale, 1981.
FISHER, R. J.: "Developing the field of interactive conflict resolution: issues in training, funding and institutionalization". *Political Psychology*, 1993, 14(1): 123-138.
FREY, D. y ROSCH, M.: "Information seeking after decisions: the roles of novelty of information and decision reversibility". *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1984, 10: 91-98.

GAMSON, W. A.: "Political discourse and collective action", en KLANDERMANS, B.;

KRIESI, H. y TARROW, S. (Eds.), *Research in social movements, conflicts and change*. JAI Press. Greenwich, 1988.
GAMSON, W. A.: *The strategy of social protest*. Wadsworth. Belmont, 1989.
GAMSON, W. A.: "The social psychology of collective action", en MORRIS, A. y MUELLER, C. M. (Eds.), *Frontiers in Social Movements Theory*. Yale University Press. New Haven, 1992.
GANS, H.: "The politics of culture in America: a sociological analysis", en MCQUAIL, D. (Ed.), *Sociology of mass communications*. Penguin Books. Hamondsworth, 1972.
GARCÍA, M.: *Habilidades sociales del líder político*. Tesis doctoral no publicada. Universidad Complutense. Madrid, 1991.
GARZÓN, A.: "Psicología política en España". *Boletín de Psicología*, 1993, 39: 3565.
GEORGE, A. L.: "The causal nexus between cognitive beliefs and decision-making behavior: the 'operational code'", en FALLOWSKI, S. L. (Ed.), *Psychological models in international politics*. Westview Pres. Boulder, 1979.
GERBNER, G.: "Violence and television drama: trends and symbolic functions", en COMSTOCK, G. A. y RUBINSTEIN, E. A. (Comps.), *Television and social behavior*. US Government Printing Office. Washington, 1972.
GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N.: "Trazando la corriente dominante: contribuciones de la televisión a las orientaciones políticas". *Revista de Psicología Social*, 1990, 5 (1): 71-97.
GERBNER, G.; ROSS, C. J. y ZIEGLER, E.: *Child abuse: an analysis and agenda for action*. Oxford University Press. Nueva York, 1980
GITLIN, T.: *The whole world is watching: mass media in the making ans unmaking of the new left*. University of California Press. Berkeley, 1980.
GRAEN, G.: "Role-making processes within complex organizations", en DUNNETTE, D. (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology*. Rand-McNally. Chicago, 1976.
GRAUMANN, C. E: "Introducción a una historia de la psicología social", en HEWSTONE, M.; STROEBE, W.; CODOL, J. P. y STEPHENSON, G. M. (Coor.), "Introducción a la psicología social. Una perspectiva europea". Ariel, Barcelona, 1990.
GREENSTEIN, E: "Political Psycholgy: a pluralistic universe", en KNUTSON, J. N., *Handbook of political psychology*. Jossey-Bass Publishers. San Francisco, 1973.

HARTMAN, K. D.: "Woran fehlt es im politischen unterricht in der oberstufe?", en PREISER, S. (Ed.), *Kognitive und emotionale aspekte politischen engagements*. Beltz. Weinheim, 1982.
HEBERLE, R.: *Social movements: an introduction to political sociology*. Appleton-Crofts. Nueva York, 1951.
HERMANN, M. G. (Ed.): *Political psychology. Contemporary problems and issues*. Jossey-Bass Publishers. San Francisco, 1986a.

HERMANN, M. G.: "Ingredients of leadership", en HERMANN, M.G. (Ed.), *Political psychology. Contemporary problems and issues*. Jossey-Bass Publishers. San Francisco, 1986b.
HERRERA, M. y SEOANE, J.: "Actitudes e ideología política", en RODRÍGUEZ, A. y SEOANE, J. (Coor.), *Creencias, actitudes y valores*. Alhambra. Madrid, 1989.
HIMMELWEIT, H. T.; HUMPHREYS, R; JAEGER, M. y KATZ, M.: *How voters decide: A longitudinal study of political attitudes and voting extending over fifteen years*. Academic Press. Londres, 1981.
HOLLANDER, E. P.: *Leadership dynamics: a practical guide to effective relationship*. Free Press. Nueva York, 1978.

INGLEHART, R.: *The silent revolution: Changing values and political styles among western publics*. Princeton University Press. Princeton, 1977.

JANIS, I. L.: "Groupthink", en BLUMBERG, H. H.; HOARE, A. P.; KENT, V. y DAVIES, M. J. F. (Eds.), *Small groups and social interaction*. Wiley. Chichester, 1983.
JENNINGS, M. K. y NIEMI, R. G.: "Annual meeting of the American politics". *Science Asociation*, Nueva York, 1966.

KATZ, D.: "Patters of leadership", en, KNUTSON, J. N., *Handbook of political psychology*. Jossey-Bass Publishers. San Francisco, 1973.
KATZ, E. y LAZARSFELD, P. F.: *La influencia personal: el individuo en el proceso de comunicación de masas*. Paidós. Barcelona, 1979.
KELMAN, H. C: *International behavior: a social psychological analysis*. Holt, Rinehart y Wilson. Nueva York, 1965.
KELMAN, H. C: "Ethical imperatives and social responsability in the practice of political psychology". *Political Psychology*, 1979, 1: 100-102.
KELMAN, H. C. y COHEN, S. R: "The problem-solving workshop: a social-psychological contribution to the resolution of international conflict". *Journal of Peace Research*, 1976, 13, 79-90.
KLANDERMANS, P. G.: "Rotter's I. E.-scale and socio-political action-taking: the balance on 20 years of research". *European Journal of Social Psychology*, 1983, 13: 399-415.
KLANDERMANS, B.: "The formation and mobilization of consensus", en KLANDERMANS, B.; KRIESI, H. y TARROW, S. (Eds.), *Research in social movements, conflicts and change*. (Vol. 1). JAI Press. Greenwich, 1988.
KLANDERMANS, B.: "Grievance interpretation and success expectations: The social construction of protest". *Social Behavior*, 1989, 4: 113-125.
KLANDERMANS, B.: "La construcción social de la protesta y los campos pluriorganizativos", en LARAÑA, E. (Rev.), *Los nuevos movimientos sociales. De*

la ideología a la identidad. CIS. Madrid, 1992.
KOTLER, P. y LEVY, S. (1969): "Broadening the concept of marketing". *Journal of Marketing*, 1969, 33: 10-15.
KRUEGLER, C. y PARKMAN, P.: "Identifyng alternatives to political violence: an educational imperative". *Harvard Educational Review*, 1985, 55 (1): 109-117.
LASSWELL, H. D.: *Psychopathology and politics*. The University of Chicago Press. Chicago, 1930. (Edición en Castellano, Paidós, 1963).
LAZARSFELD, P. F.; BERELSON, B. R. y GAUDET, K.: *The people's choice*. Duell, Sloan & Pierce. Nueva York, 1944
LE BON, G.: *Psicología de las masas*. Morata. Madrid, 1986.
LEDERER, G.: *Trends in authoritarianism: an attitudinal study of adolescents in two cultures*. Tesis doctoral no publicada. Universidad de Columbia. Nueva York, 1981.
LEDERER, G.: "Protest movements as a form of political action", en HERMANN, M.G. (Ed.), *Political psychology. Contemporary problems and issues*. Jossey-Bass Publishers. San Francisco, 1986.
LIPSKY, M.: *Protest in city politics*. Rand McNally. Nueva York, 1970.

MARSH, A.: *Protest and political conciousness*. Sage. Beverly Hills, 1977.
MARSH, A. y KAASE, M. (1979). "Measuring political action", en Barnes, S. H.; Kaase, M. *et al*. (Eds.), *Political action: Mass participation in five western democracies*. Sage. Beverly Hills, 1979.
MARTÍN BARÓ, I.: "La desideologización como aporte de la psicología social al desarrollo de la democracia en Latinoamérica", *Boletín de la AVEPSO*, 1985, 8:3-10.
MARTÍN BARÓ, I.: "Métodos en psicología política", en MONTERO, M. (Coor.): *Acción y discurso. Problemas de la psicolgía política en América Latina*. Eduven. Caracas, 1991.
MCCLOSKEY, H. y CHONG, D.: "Similarities and differences between left-wing and right-wing radicals". *British Journal of Psychology*, 1985, 15, 329-363.
MCCOMBS, M. E. y SHAW, D. L.: "The agenda-setting function of mass media". *Public Opinion Quarterly*, 1972, 36: 176-187.
MCFARLAND, A. S.: *Power and leadership in pluralistic systems*. Satanford University Press. Satanford, 1969.
MCGUIRE, W. J.: "The nature of attitudes and attitude change", en LINDZEY, G. y ARONSON, E. (Comps.), *Handbook of Social Psychology*. Adison Wesley. Reading, 1969.
MELOEN, J. D.: "The F scale as a predictor of fascism: an overview of 40 years of authoritarianism research", en STONE, W. F.; LEDERER, G. y CHRISTIE, Ch. (Eds.): *Strength and weakenes. The authoritarian personality today*. Springer-Verlag. Nueva York, 1993.
MELUCCI, A.: "Getting involved: identity and mobilization in social movements", en KLANDERMANS, B.; KRIESI, H. y TARROW, S. (Eds.), *Research in social*

movements, conflicts and change. (Vol. 1). JAI Press. Greenwich, 1988.
MELUCCI, A.: *Nomads of the present: social movements and individual needs in contemporary society*. Hutchinson Radius. Londres, 1989.
MERELMAN, R. M.: "Revitalizing political socialization", en HERMANN, M. (Ed.), *Political psychology*. Jossey-Bass. San Francisco, 1986.
MILBRATH, L. W.: "The nature of political beliefs and the relationship of the individual to the government". *American Behavioral Scientist*, 1968, 12 (2): 28-36.
MILBRATH, L. W.: "Political participation", en Long, S.L. (Ed.), *The handbook of political behavior*. Plenum Press. Nueva York, 1981.
MONROE, A. D.: "Public opinion and ideology", en Long, S.L. (Ed.), *The handbook of political behavior*. Plenum Press. Nueva York, 1981.
MONTERO, M.: *Psicología política en Latinoamérica*. Panapo, Venezuela, 1987.
MOSCOVICI, S. y ZAVALLONI, M.: "The group as a polarizer of attitudes". *Journal of Personality and Social Psychology*, 1969, 12: 125-135.
MOYA, M. y MORALES, J. F.: "Panorama histórico de la psicología política", en SEOANE, J. y RODRÍGUEZ, A. (Eds.): *Psicología política*. Pirámide. Madrid, 1988.
MULLER, E. N.: "An explanatory model for differing types of political pariticipation". *European Journal of Political Research*, 1982, 19: 1-16.

NASSI, A. J. *et al.:* "Moral development and politics a decade later: a replication and extension". *Journal of Personality and Social Psychology*, 1983, 45: 1127-1135.
NIE, N. H.; VERBA, S. y PETROVICK, J.: *The changing American voter*. Harvard University Press. Cambridge 1979.
NIEMI, R. G.: "Political socialization", en KNUTSON, J. N., *Handbook of political psychology*. Jossey-Bass Publishers. San Francisco, 1973.
NOELLE-NEUMANN, E.: *L'influence des mass media*. Estudes de radio-television. Allensbach, 1978.

ORTIZ, F: *Guía del marketing político*. Esic. Madrid, 1983.

PÁEZ, D. y ECHEBARRÍA, A.: "Participación política institucional y extrainstitucional de la adolescencia y juventud vasca", En Ayestarán, S. (Ed.), *Psicosociología del Adolescente Vasco*. Servicio de Publicaciones, Gobierno Vasco. San Sebastian, 1986.
PERCHERON, A.: "La socialización política de los niños", en HUISMAN, D., *Psicología social*. Plaza y Janés. Barcelona, 1978.
PÉREZ, A. M. y BERMÚDEZ, J.: "El constructo locus de control como predictor de la participación en actividades sociopolíticas", en SEOANE, J. (Ed.), *Psicología política de la sociedad contemporánea*. Promolibro. Valencia, 1990.
PINARD, M. y HAMILTON, R.: "Motivacional dimensions in the Quevec independence

movement: A test of a new model", en KRIESBERG, L. (Ed.), *Research in social movements, conflicts and change* (Vol. 9). JAI Press. Greenwich, 1986.

QUINTANILLA, I.: *Psicología y marketing. Evaluación de la conducta del consumidor y otras extensiones*. Promolibro. Valencia, 1989.

RAY, J. J.: "Does authoritarianism or personality go with conservatism". *Australian Journal of Psychology*, 1979, 31: 9-14.

RIPLEY, B.: "Psychology, foreign policy, and International Relations Theory". *Political Psychology*, 1993, 14 (3): 403-416.

ROCHER, G.: *Introducción a la sociología general*. Herder. Barcelona, 1983.

RODA, R.: *Medios de comunicación de masas*. C.I.S. Madrid, 1989

RODRIGUES, A.: *Psicología social*. Trillas. México, 1976.

RODRÍGUEZ, A.: "Socialización política", en SEOANE, J. y RODRÍGUEZ, A. (Eds.), *Psicología política*. Pirámide. Madrid, 1988.

ROKEACH, M.: *The open and closed mind*. Basic Books. Nueva York, 1960.

ROTTER, J. B.: "Generalized expectancies for internal vs. external control of reinforcement". *Psychological Monographs*, 1966, 80: 1-28.

ROTTER, J. B.; SEEMAN, M. R. y LIVERANT, S.: "Internal vs. external control reinforcement. A major variable in behavior theory", en WASHBURN, W. F. (Ed.), *Decisions, values and groups*. Pergamon. Nueva York, 1962.

SABUCEDO, J. M.: "Psicología y participación política". *Boletín de Psicología*, 1984, 5: 61-77.

SABUCEDO, J. M.: *Actitudes sociopolíticas y autoritarismo*. Tórculo. Santiago de Compostela, 1985.

SABUCEDO, J. M.: "Psicología política: articulación y desarrollo de una nueva disciplina". *Revista de Investigación Psicológica*, 1986, 4 (1): 55-81.

SABUCEDO, J. M.: "Participación política", en SEOANE, J. y RODRÍGUEZ, A. (Eds.), *Psicología política*. Pirámide. Madrid, 1988.

SABUCEDO, J. M.: "Factores psicosociales asociados a las formas de participación política institucional y no institucional", en VILLARREAL, M. (Ed.), *Movimientos sociales*. Servicio Editorial Universidad del País Vasco. San Sebastián, 1989.

SABUCEDO, J. M.: "Discurso social y acción política". Libro de simposios del *III Congreso Nacional de Psicología Social*. Santiago de Compostela, 1990a.

SABUCEDO, J. M.: "Comentario a "Trazando la corriente dominante". *Revista de Psicología Social*, 1990b, 5(1): 105-114.

SABUCEDO, J. M. y ARCE, C: "Types of political participation: a multidimensional analysis". *European Journal of Political Research*, 1991, 20: 93-102.

SABUCEDO, J. M.; ARCE, C. y RODRÍGUEZ, M.: *Xuventude e política en Galicia*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Santiago de Compostela. Santiago,

1992.
SABUCEDO, J. M. y CRAMER, D.: "Sociological and psychological predictors of voting in Great Britain". *The Journal of Social Psychology*, 1991, 131 (5): 647654.
SABUCEDO, J. M. y RODRÍGUEZ, M.: "Racionalidad y dimensión social de la acción política". *Boletín de Psicología*, 1990, 27: 55-70.
SANFORD, N.: "Authoritarian personality in contemporary perspective", en KNUTSON, J. N., *Handbook of political psychology*. Jossey-Bass Publishers. San Francisco, 1973.
SANTESMASES, M.: *Marketing. Conceptos y estrategias*. Pirámide. Madrid, 1993.
SAPERAS, E.: *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Ariel. Barcelona, 1987.
SCHMIDTCHEN, G. y UHLINGER, H. M.: "Youth and the state", en Matz, U. y Schmidtchen, G. (Eds.), *Power and legitimacy*. Westdentscher Verlag. Opladen, 1983.
SEARS, D. O.: "Political behavior", en LINDZEY, G. y ARONSON, E. (Ed.), *The handbook of social psychology* (Vol. 5). Addison Wesley. Reading, 1969.
SEOANE, J.: "Concepto de psicología política", en SEOANE, J. y RODRÍGUEZ, A., *Psicología política*. Pirámide, Madrid, 1988.
SEOANE, J.; GARZÓN, A.; HERRERA, M. y GARCES, J.: "Movimientos sociales y violencia política", en Seoane, J. y Rodríguez, A. (Eds.), *Psicología política*. Pirámide, Madrid, 1988.
SHILS, E. A.: "Authoritarianism: "right" and "left", en CHRISTIE, R. y JAHODA, M. (Eds.), *Studies in the scope and method of "the authoritarian personality"*. Free Press. Glencoe, 1954.
SNIDERMAN, P. M. y TETLOCK, P. E.: "Interrelationship of politiical ideology and public opinion", en HERMANN, M. G. (Ed.), *Political psychology. Contemporaryproblems and issues*. Jossey-Bass Publishers. San Francisco, 1986.
SNOW, D. A.; ROCHFORD, E. B. jr.; WORDEN, S. K. y BENFORD, R. D.: "Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation". *American Political Science Review*, 1986, 51: 464-481.
SNOW, D. A. y BENFORD, R. D.: "Master frames and clycles of protest", en MORRIS, A. D. y MUELLER, C. M. (Eds.), *Frontiers in social movement theory*. Yale University Press. New Haven, 1992.
SNYDER, R. C; BRUCK, H. W. y SAPIN, B.: *Foreign policy decision-making: an approach to the study of international politics*. Free Press. Glencoe, 1962.
STODGILL, R. M.: *Handbook of leadership*. Free Press. Nueva York, 1974.
STONE, W. F.: *The psychology of politics*. Free Press. Nueva York, 1974.
STONE, W. F.: "The myth of left-wing authoritarianism". *Political Psychology*, 1980, 2 (3-4): 3-19.
STONE, W. F.; LEDERER, G, y CHRISTIE, Ch. (Eds.): *Strength and weakenes. The authoritarian personality today*. Springer-Verlag. Nueva York, 1993.
STONE, W. F. y SMITH, L. D.: "Authoritarianism: left and right", en STONE, W. F. ;

LEDERER, G. y CHRISTIE, Ch. (Eds.): *Strength and weakenes. The authoritarian personality today*. Springer-Verlag. Nueva York, 1993.
STONER, J. A. F.: *A comparison of individual and group decisions involving risk*. Tesis doctoral no publicada. Instituto de Tecnología. Massachusetts, 1961.

TAJFEL, H.: *Grupos humanos y categorías sociales*. Herder, Barcelona, 1984.
TARROW, S.: "National politics and collective action: Recent theory and research in western Europe and the United States". *Annual Review of Sociology*, 1988, 14: 421-440.
TORNEY, J. V. y HESS, R. D.: "El desarrollo de actitudes políticas en los niños", en LESSER, G. S., *La psicología en la práctica educativa*. Trillas. México, 1981.
TURNER, R. H. y KILLIAN, L. M.: *Collective behavior*. Prentice Hall. Englewood Cliffs, 1987.

VAN AVERMAET, E.: "Influencia social en los grupos pequeños", en HEWSTONE, M.; STROEBE, W.; CODOL, J. P. y STEPHENSON, G. M. (Coor.), "Introducción a la psicología social. Una perspectiva europea". Ariel, Barcelona, 1990.
VERBA, S.: *El liderazgo. Grupos y conducta política*. Rialp. Madrid, 1968.
VERBA, S. y NIE, N. H.: *Participation in America. Political democracy and social equality*. Cambridge University Press. Nueva York, 1972
VERBA, S.; NIE, N. H. y KIM, J. O. (1978). *Participation and political equality: A seven-nation comparison*. Cambridge University Press. Cambridge, 1978.

WHITE, J. W.: "Civic attitudes, political participation and systems stability in Japan". *Comparative Political Studies*, 1981, 14: 371-400.
WILSON, G. D.: *The psychology of conservatism*. Academic Press. Nueva York, 1973.
WOLFINGER, R. y ROSENTONE, S.: *Who votes?* Yale University Press. New Haven, 1980.
WOLSFELD, S.: Political action repertory. The rol of efficacy. *Comparative Political Studies*, 1986, 19 (1): 104-129.

Índice

Portada 2
Créditos 5
Dedicatoria 6
ÍNDICE 7
INTRODUCCIÓN 11
PRIMERA PARTE: APROXIMACIÓN CONCEPTUAL E HISTÓRICA 14
CAPÍTULO 1: PSICOLOGÍA POLÍTICA: ASPECTOS CONCEPTUALES 15
1.1. Introducción 15
1.2. La relación entre Psicología y Política 15
1.3. Definición y objetivos de la Psicología Política 17
1.3.1. Psicología Política o Psicología de la Política 17
1.3.2. Definiciones de Psicología Política 18
1.4. La dimensión social de la Psicología Política 20
1.5. Cuestiones teóricas y metodológicas 22
1.6. Principales líneas de investigación en Psicología Política 23
CAPÍTULO 2: CONSIDERACIONES HISTÓRICAS SOBRE LA PSICOLOGÍA POLÍTICA 27
2.1. Introducción 27
2.2. Algunos antecedentes intelectuales de la Psicología Política 28
2.2.1. Antecedentes remotos de la Psicología Política 28
2.2.2. La aparición de las Ciencias Sociales y los antecedentes inmediatos de la Psicología Política 30
2.3. Institucionalización de la Psicología Política 35
2.4. La Psicología Política en España y Latinoamérica 37
SEGUNDA PARTE: PERSONALIDAD Y SOCIALIZACIÓN POLÍTICA 41
CAPÍTULO 3: LA PERSONALIDAD AUTORITARIA 42
3.1. Introducción 42
3.2. El trabajo del grupo de Berkeley 42
3.2.1. Del antisemitismo a La Personalidad Autoritaria 43
3.2.2. Críticas a La Personalidad Autoritaria 45

3.3. Sobre la validez de la escala F y el autoritarismo de izquierda 48
3.4. Alternativas teóricas a La Personalidad Autoritaria 49
CAPÍTULO 4: LIDERAZGO POLÍTICO 54
4.1. Introducción 54
4.2. Definición de liderazgo 54
4.3. Modelos teóricos sobre el liderazgo 57
4.4. Factores intervinientes en el liderazgo 60
4.4.1. Características del líder 60
4.4.3. El contexto 64
CAPÍTULO 5: SOCIALIZACIÓN POLÍTICA 67
5.1. Introducción 67
5.2. Una breve nota histórica 68
5.3. Marcos generales de la socialización política 70
5.4. Modelos teóricos de socialización política 73
5.5. Agentes de socialización 76
TERCERA PARTE: ACCIÓN POLÍTICA Y MOVIMIENTOS SOCIALES 80
CAPÍTULO 6: PARTICIPACIÓN POLÍTICA 81
6.1. Introducción 81
6.2. Concepto de Participación Política 81
6.3. Modalidades de participación política 86
6.4. Incidencia de los distintos modos de participación política 93
CAPÍTULO 7: PARTICIPACIÓN ELECTORAL Y CONDUCTA DE VOTO 96
7.1. Introducción 96
7.2. Determinantes de la participación electoral 97
7.2.1. Variables psicosociales 97
7.2.2. Variables sociodemográficas y contexto político 101
7.3. Modelos de conducta de voto 104
CAPÍTULO 8: MOVIMIENTOS SOCIALES 109
8.1. Introducción 109
8.2. Definición de los movimientos sociales 110
8.3. Marcos teóricos 111
8.3.1. Teoría de la movilización de recursos 112
8.3.2. Teoría de los nuevos movimientos sociales 114
8.3.3. La construcción social de la protesta 116

8.3.4. Estructura de oportunidad política 123
CAPÍTULO 9: TOMA DE DECISIONES Y CONFLICTOS EN POLÍTICA INTERNACIONAL 125
9.1. Introducción 125
9.2. Sobre algunos tópicos de investigación y conducta internacional 125
9.3. Los grupos y la toma de decisiones 128
9.3.1. Conformidad, polarización y pensamiento grupal 129
9.3.2. Toma de decisiones en política internacional 132
9.4. La resolución interactiva de conflictos internacionales 133
CUARTA PARTE: OPINIÓN PÚBLICA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA 138
CAPÍTULO 10: OPINIÓN PÚBLICA 139
10.1. Introducción 139
10.2. Una breve referencia histórica 139
10.3. Concepto y medida de la opinión pública 141
10.4. Opinión pública y cultura política 147
10.5. Ideología, actitudes y opinión pública 149
CAPÍTULO 11: CONDUCTA POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS 153
11.1. Introducción 153
11.2. Del modelo hipodérmico a los efectos limitados 153
11.3. Replanteamiento de los efectos de los medios 155
11.4. La función de establecer la agenda 157
11.5. Indicadores culturales 162
CAPÍTULO 12: MARKETING Y PUBLICIDAD POLÍTICA 166
12.1. Introducción 166
12.2. Definición de marketing político 167
12.3. Investigación del mercado político 168
12.4. Publicidad política 174
BIBLIOGRAFÍA 178